

АКАДЕМИЯ НАУК СССР

Институт языкознания



ОПТИМИЗАЦИЯ РЕЧЕВОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ

Ответственный редактор
доктор технических наук
Р. Г. КОТОВ



Москва «Наука»

1990

Авторы:

Н. А. БЕЗМЕНОВА, В. П. БЕЛЯНИН, Н. Н. БОГОМОЛОВА, А. П. ВАСИЛЕВИЧ,
А. Е. ВОЙСКУНСКИЙ, Б. А. ЕРМОЛАЕВ, И. А. ЗИМНЯЯ,
Б. С. КАНДИНСКИЙ, О. Д. КУЛЕШОВА, О. Т. МЕЛЬНИКОВА, С. А. МИНЕЕВА,
В. Н. ОВЧИННИКОВ, В. Ф. ПЕТРЕНКО, Р. К. ПОТАПОВА, А. А. ПРОНИН,
В. И. СВИНЦОВ, Ю. А. СОРОКИН, Е. Ф. ТАРАСОВ, Н. Н. ТЕПЛЯКОВ,
Н. В. УФИМЦЕВА

Рецензенты:

доктор филологических наук А. И. НОВИКОВ,
кандидат филологических наук В. А. ВИНОГРАДОВ

Оптимизация речевого воздействия

О60 М.: Наука, 1990. — 240 с.

ISBN 5-02-010983-5

В коллективной монографии представлены результаты исследования процессов речевого общения и сделана попытка наметить пути оптимизации этих процессов. Также проанализированы итоги новых экспериментально-теоретических исследований, которые являются наиболее адекватными предмету исследования. Показаны пути и способы оптимизации речевого воздействия на различные социальные группы населения.

Для лингвистов, психолингвистов, социальных психологов и специалистов в сфере массовой коммуникации.

Optimization of Speech Communication

This monograph presents complex analysis of the problems of speech persuasion. Mechanisms of behaviour regulation by speech are investigated. Among the problems dealt with are the efficacious text building, truth-making aspects of communication. The efficacy of speech persuasion is analysed as depend on the audience's attitude to the speaker.

The book also deals with speech persuasion teaching.

Monograph is designed for linguists, psychologists, specialists in theory and practice of propaganda.

О 4602000000-098
042(02)-90 687-90 (I полугодие)

ББК 81

ISBN 5-02-010983-5

© Издательство «Наука», 1990

ПРЕДИСЛОВИЕ

Вторая половина XX в. — это время, когда резко изменяется социальный статус лингвистики и лингвистов. Достижения лингвистики как науки и ценность научных рекомендаций лингвистов для осуществления некоторых социально значимых деятельности позволили по-новому взглянуть на их место в обществе. Развитие средств массовой коммуникации и информатики стимулировало социальный заказ на анализ закономерностей речевого общения. Увеличение номенклатуры опосредователей человеческого общения — устная речь, книга и письмо стали существовать в контекстах радио, кино, телевидения и ЭВМ — привело к распространению разорванных во времени и пространстве актов речевого общения, что в свою очередь заставило усиленно изучать проблемы оптимизации речевого общения, разорванного в пространстве и времени, и при котором коммуникатор лишен возможности корректировать свои действия. Именно в связи с этим возрастает роль научно обоснованных и экспериментально проверенных представлений о способах успешного речевого общения. Особенно важны эти представления при организации так называемого речевого воздействия в узком смысле — при организации той формы речевого воздействия, которая используется социальными институтами, формирующими общественное сознание. В этом случае речевое общение организуется для передачи сообщений на большие массы людей и любая ошибка оказывается тиражируемой.

В этой книге мы попытались проанализировать некоторые, наиболее существенные проблемы организации речевого воздействия с точки зрения его оптимизации. Какие же это проблемы?

Во-первых, проблема общности сознаний коммуникантов, являющаяся и основной проблематикой любого общения, и проблема изменения сознания реципиентов — это одна из важнейших промежуточных целей речевого воздействия.

Во-вторых, проблема целенаправленности речевого общения, которая поддается адекватному решению только при учете точек зрения всех коммуникантов. Эти проблемы можно отнести к уровню методологического анализа.

В речевом общении целесообразно различать коммуникативную фазу — собственно общение — и посткоммуникативную фазу — речевые и неречевые действия, инспирированные речевым общением. Успешность протекания коммуникативной фазы зависит в общем виде от качества организации самого общения и качества организации текста. Поэтому в книге специально выделены два раздела, где качество организации общения и качество организации текста рассматриваются как факторы оптимизации речевого воздействия. Именно эти факторы требуют особенно пристального

внимания исследователей, выступая в тесной взаимосвязи между собой и предопределяя отношение реципиентов и к самому процессу общения, и к его инструментарию — вербальным и невербальным текстам. А от этого, в свою очередь, зависит характер — продуктивный или непродуктивный — посткоммуникативной фазы общения — фазы решений и деятельности в той или иной социальной сфере.

Четвертый раздел содержит достаточно редкий для научной литературы материал: анализ процесса обучения речевому воздействию.

Эта книга — первая работа в серии публикаций по речевому воздействию, и мы будем благодарны всем, кто пришлет нам свои замечания и пожелания. Наш адрес: Москва 103009, ул. Семашко 1/12, Институт языкознания АН СССР, сектор психолингвистики и теории коммуникации.

Е. Ф. Тарасов

МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ И ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ РЕЧЕВОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ

РЕЧЕВОЕ ВОЗДЕЙСТВИЕ: МЕТОДОЛОГИЯ И ТЕОРИЯ

Речевое воздействие (РВ) — это человеческое общение, взятое в определенном аспекте, и одновременно область исследования процессов воздействия людей друг на друга в ходе их общения. Целесообразно различать РВ в широком и узком смысле. РВ в широком смысле — это любое речевое общение, взятое в аспекте его целенаправленности, целевой обусловленности, это речевое общение, описанное с позиции одного из коммуникантов, когда он рассматривает себя как субъект воздействия, полагая своего собеседника объектом. Быть субъектом РВ — это значит регулировать деятельность своего собеседника, так как при помощи речи мы побуждаем другого человека начать, изменить, закончить какую-либо деятельность или создаем у него готовность к совершению той или иной деятельности, когда возникает в этом необходимость. Очевидно, что, определяя таким образом РВ в широком смысле, мы отождествляем РВ с речевым общением в целом. Действительно, для такого отождествления есть основания, ибо научный анализ позволяет показать, что в любом речевом общении коммуниканты пытаются достичь определенные неречевые цели, которые в итоге ведут к регуляции деятельности собеседника. Но выделяя РВ из всего речевого общения, мы прежде всего имеем в виду аспект целевой обусловленности общения, который адекватно описывается схемой субъект —> объект.

РВ в узком смысле — это речевое общение в системе средств массовой информации или агитационном выступлении непосредственно перед аудиторией. РВ в узком смысле отличается прежде всего тем обстоятельством, что оно обычно используется в структуре координативных социальных отношений, когда коммуникантов связывают отношения равноправного сотрудничества, а не формальные или неформальные отношения субординации. Отсюда следует еще одна существенная характеристика РВ в узком смысле: объект РВ, будучи не связанным отношениями субординации с субъектом речевого воздействия и обладая известной свободой выбора своих действий, изменяет свою деятельность только в том случае, когда это изменение отвечает его потребностям.

Итак, в дальнейшем мы рассматриваем РВ только в узком смысле, когда субъект РВ регулирует деятельность другого

человека, в известной мере свободного в выборе своих действий и действующего в соответствии со своими потребностями. В первую очередь РВ в настоящее время следует связывать с функционированием СМИ.

Исследование проблем РВ особенно интенсивно велось во второй половине XX в., хотя и имеет многовековую историю, так как изучение ораторской речи всегда привлекало внимание исследователей, а сейчас изучение ораторской речи и за рубежом, и в нашей стране заметно усилилось.

Традиционно филологический подход к изучению текстов РВ, фиксирующих речь чаще всего ораторов в суде, в период после второй мировой войны был расширен за счет идей, почерпнутых из социологии, психологии, кибернетики, теории связи и, наконец, психолингвистики. Сложность самого объекта анализа — речевого общения и РВ в том числе — пока препятствует окончательному формированию научной дисциплины с единой системой исходных гипотез, постулатов, проблем и специфических методов исследования, объектом которой могло бы стать РВ. Однако отсутствие такой дисциплины, отсутствие естественное и понятное, если учитывать степень развития исследований речевого общения в целом, не уменьшает поток исследований РВ. Основным стимулом увеличения исследований РВ во всем мире является необходимость решения прагматической задачи — оптимизации процессов РВ, и пока только стремление решить эту важную для современного общества задачу объединяет многочисленные исследования РВ, создавая определенные основания для утверждения о существовании цельной научной дисциплины. Пока идет процесс накопления данных эмпирических исследований и теоретическая и эмпирическая верификация различных моделей РВ, процесс естественный и необходимый для формирования развитой теории РВ и четко очерченной научной дисциплины.

Интенсификация попыток стимулировать процессы РВ во второй половине XX в. произошла под влиянием нескольких причин. Это, во-первых, появление и развитие средств связи и особенно средств массовой информации (пресса, радио, кино, телевидение); усиление влияния на сознание людей наглядной агитации и рекламы, расширение их функций, во-вторых, усиление идеологической борьбы, что приводит к необходимости целенаправленного формирования общественного мнения, в-третьих, эволюция способов присвоения культуры общества, увеличение доли вербальных способов получения новых знаний, произошедшее из-за того, что значительная часть просветительских функций, ранее почти безраздельно принадлежавших семье и школе, перешла к СМИ.

Эти факторы развития современного общества способствовали формированию социального заказа на исследование проблем общения и РВ. Появляются новые научные направления, где исследуются проблемы передачи, циркуляции и восприятия информации в СМИ. Возникают новые разделы в психологии:

психология телевидения, психология восприятия кино, изображения, печатного текста, радиопередачи, психология рекламы и т. п.

Анализ изучения проблем РВ позволяет сделать два вывода. Хотя в последние годы расширяются и углубляются исследования проблем непосредственного общения в диаде или непосредственного общения одного человека с аудиторией, существует отчетливая тенденция смещения центра исследовательских интересов на проблемы массовой информации, на проблемы массового РВ (когда объект РВ есть некоторая совокупность людей).

Если очевидно, что проблемы массовой информации привлекают все большее внимание исследователей, то не менее очевиден и другой вывод. Ясно, что техническая вооруженность массовой коммуникации в значительной мере исчерпала себя — в ближайшем будущем вряд ли возможно появление принципиально новых СМИ, подобных прессе, радио, кино, телевидению, хотя бесспорно, что возможные последствия введения всемирного и кассетного телевидения сейчас недостаточно предсказуемы. Еще более неочевидны последствия широкого внедрения персональных компьютеров для процесса формирования массового сознания. Сейчас, вероятно, можно сделать вывод, что основной резерв повышения эффективности РВ через СМИ находится в области изучения психологических и психолингвистических проблем речевого общения и РВ как частной проблемы речевого общения, хотя еще раз нужно подчеркнуть возможные революционные последствия для массового общения персональных компьютеров.

Каков уровень исследования РВ? На этот вопрос однозначно ответить трудно, так как РВ исследуется в рамках подходов, сформированных различными науками, ориентирующимися на нетождественные методологические схемы и опирающимися на несовпадающие онтологические предпосылки.

Если анализировать методологические схемы, используемые для анализа РВ, то следует указать на широко известную схему коммуникации К. Шеннона из его теории связи, включающую приемник, передатчик и канал связи, схему обратной связи Н. Винера, представления о знаке, сформированные в семиотике, деятельностный объяснительный принцип и психологическую схему деятельности из общепсихологической теории деятельности А. Н. Леонтьева [1977]. Схема деятельности А. Н. Леонтьева хотя и является частнонаучной психологической схемой, но используясь в другой научной дисциплине, например в психолингвистике, играет роль методологической схемы.

Схемы К. Шеннона и Н. Винера, сформированные для анализа функционирования технических устройств, часто используются в лингвистическом анализе РВ без необходимой адаптации к анализу человеческого общения.

Теоретические представления о РВ в лингвистике в качестве онтологической предпосылки опираются на коммуникативную онтологию, в которой основная цель человеческого общения — передача сообщения. Эта онтологическая предпосылка в явной или

неявной форме присутствует в лингвистических работах, в которых исследуется текст — основной объект анализа в рамках лингвистического подхода к РВ. Лингвистика, не обладая средствами анализа самого процесса общения, исследует только текст, фиксирующий использование речи в процессе РВ, описывая те особенности текстов РВ в узком смысле, которые отличают их от текстов, возникших за пределами РВ. В рамках лингвистического подхода наибольшие достижения имеет функциональная стилистика, самая прагматически ориентированная лингвистическая дисциплина. Лингвистические исследования текстов РВ носят описательный характер, результаты такого анализа зачастую только иллюстрируют или обыденные представления исследователя о РВ, или в лучшем случае представления, почерпнутые из психологии.

Нередко в качестве онтологической предпосылки в лингвистических работах по РВ фигурирует заимствованное из пособий по риторике представление о том, что воздейственный текст — это текст, построенный логично и непротиворечиво. Действительно, текст, ясно и логично излагающий мысль, при прочих равных условиях будет обладать большей воздейственностью, чем текст неясный и нелогичный, но все дело в этих «прочих условиях». На съезде народных депутатов СССР в 1989 г. часть депутатов резко негативно встретила первую речь акад. А. Сахарова: ему просто мешали говорить. Совершенно очевидно, что даже максимальная ясность и логичность его речи, которой он мог бы достичь, не принесла бы ему все равно успеха, этому мешала политическая позиция акад. А. Сахарова, которая была неприемлема для части депутатов съезда и заранее формировала у них негативную установку к любым речам академика, ясным и неясным, логичным и нелогичным. Воздейственность текста зависит от гораздо более существенных факторов, чем его ясность и логичность, хотя зависит и от них.

Большую группу работ можно отнести к психологическому подходу. Объединяет эти работы только использование психологических методов анализа, частнонаучной психологической методологии. Так как процесс речевого общения, и в частности РВ, является весьма сложным феноменом, то объектом анализа становятся и субъект, и объект РВ (исследуются, например, зависимость успеха РВ от социальных, психических и иных свойств коммуникантов), и социальные отношения, в структуре которых разворачивается РВ (исследуется зависимость эффективности РВ от конфигурации социальных статусов коммуникантов), и психологическая характеристика способа воздействия (воздействие убеждением, внушением, заражением), и способы создания оптимальных условий для смыслового восприятия текста и принятия рекомендаций субъекта РВ (формирование установки восприятия текста и субъекта РВ, степень доверия к субъекту РВ, членение текста и подача его в темпе, оптимальном для понимания и т. п.).

Если анализ РВ осуществляется в рамках лингвистического подхода, то мы в основном имеем дело с описательным исследова-

нием текстов, а если анализ ведется в рамках психологического подхода, то в итоге у нас исследование зависимости (достижения конечной или одной из промежуточных целей РВ) от того или иного структурного элемента РВ. Естественно, в рамках психологического подхода не используются лингвистические представления о языковых и речевых средствах РВ и только психолингвистика пытается объединить психологические средства анализа процесса РВ с лингвистическими средствами описания речи в процессе РВ.

Можно возразить, что к такому объединению стремится не только психолингвистика. Действительно, вся традиционная риторика пыталась, а современная неориторика пытается сейчас объединить эти два подхода, но сделать это неэклетически, руководствуясь едиными методологическими схемами анализа и достаточно обоснованными онтологическими предпосылками, удастся, пожалуй, только теории речевой деятельности.

Нужно признать, что наиболее адекватный подход к анализу РВ, объединяющий психологические средства анализа процесса РВ и лингвистические средства описания речи в процессе РВ, возможен, вероятно, только в психолингвистике, но основные результаты в исследовании РВ получены все-таки психологами. 17 лет тому назад эти результаты были проанализированы в книге Ю. А. Шерковина «Психологические проблемы массовых информационных процессов» (М., 1973). Примерно с этого временного рубежа в нашей стране стали появляться психолингвистические работы, посвященные целиком или частично анализу РВ.

Как уже упоминалось, сейчас наиболее адекватный подход к анализу РВ сформирован, вероятно, в психолингвистике, в первую очередь в той отечественной психолингвистической школе, которая известна, как теория речевой деятельности (ТРД). Обычно лингвисты в своих описательных работах для теоретических построений исходят из онтологической предпосылки, согласно которой речь служит для передачи сообщений от одного человека к другому, человеческая речь — это процесс передачи информации. Теория речевых актов и теория речевой деятельности расширили эту онтологию за счет представления о том, что при помощи речи можно регулировать деятельность собеседника. Правда в риторике и прикладных исследованиях языка рекламных текстов всегда учитывали целевой и, в частности, регулятивный характер речи.

Прагматические задачи, стоящие, например, перед работниками рекламы, — побудить людей купить рекламируемые товары или воспользоваться услугами — помогают исследователю рассмотреть реальные задачи, которые стоят перед коммуникантами. Речь действительно служит средством передачи сообщений, в этом нет никаких сомнений, но передача речевых сообщений никогда не является конечной целью общения, эта передача всегда есть только средство достижения других целей, конечной из которых является

цель управления деятельностью собеседника¹. Прагматическая ориентированность рекламных текстов позволяет поставить цель речевого общения — передать сообщение — в ряд других реальных целей, в котором передача речевого сообщения является некоторой промежуточной целью, подчиненной другой, конечной цели. Ни один рекламодавец не будет платить деньги за рекламный текст, который только сообщает о товаре, но который не побуждает к покупке.

Мысль о несамостоятельности речи, подчиненности ее целям той деятельности, в структуре и ради целей которой она разворачивается (даже если она оторвана от этой деятельности во времени и пространстве), в качестве онтологической предпосылки фигурирует в большинстве теоретических и экспериментальных исследований РВ и в нашей стране, и за рубежом. Нет оснований полагать, что эта мысль является продуктивной только при анализе таких достаточно экзотических видов общения, как рекламная деятельность.

В теории речевой деятельности (ТРД) эта онтологическая предпосылка исследования общения используется в форме, развитой и обоснованной в общепсихологической теории деятельности А. Н. Леонтьева. Иначе, онтология речевого общения в ТРД — это деятельностная онтология, обоснованная в теории деятельности А. Н. Леонтьева. В соответствии с этой деятельностной онтологией речевого общения речь обслуживает речевое общение, в процессе которого коммуниканты, регулируя поведение друг друга, организуют свое сотрудничество для осуществления совместной деятельности. Следовательно, речевое общение — это такая целенаправленная активность людей, подчиненная целям деятельности, которую общающиеся коммуниканты разворачивают совместно, организация сотрудничества и есть цель речевого общения.

Деятельностная онтология речевого общения возникла при опоре на общефилософскую методологию, известную как деятельностный объяснительный принцип, который был сформирован в немецкой классической философии и материалистическое толкование получил в философской доктрине К. Маркса.

Из нашего изложения представляется очевидной мысль о несамостоятельности речи, о направленности ее на достижение неречевых целей, которая в широком смысле может быть понята

¹ Строго говоря, выражение «речь — средство передачи сообщений» является метафорой и может вводить в заблуждение, если упускать из виду его метафоричность. Сообщение не может быть передано, так как производство и восприятие сообщения предполагает наличие у коммуникантов некоторых знаний, необходимых для производства и понимания текста сообщения, а знания существуют в форме определенных идеальных образований в сознании общающихся. На эти идеальные образования можно только указать при помощи тел языковых знаков, т. е. сигналов, но их нельзя передать, их можно объяснить, пересказать при помощи других, идеальных образований, значений например. Поэтому сообщение, вернее его содержание, не передается, а конструируется слушающим (читающим) при восприятии тел языковых знаков, образующих текст.

как регуляция поведения другого человека, если исследователь в своем анализе речевого общения опирается на деятельностную онтологию. Регуляция поведения другого человека может быть представлена как организация сотрудничества коммуникантов при осуществлении совместной деятельности. Эти представления о связях речи, речевого общения и деятельности (осуществляемой совместно) справедливы как для речевого общения в целом, так и для РВ, когда мы речевое общение рассматриваем в аспекте его целенаправленности. Поэтому методологические схемы анализа речевого общения, к рассмотрению которых мы сейчас переходим, являются методологическими схемами анализа и РВ в узком смысле.

Понятие общения в марксистской философии, начиная с работ К. Маркса и Ф. Энгельса, анализируются в деятельностной понятийной парадигме, неотрывно от понятия деятельности, а деятельностный подход к анализу общения предполагает, что понятие общения, а это существенно, объясняется через указание на то место, которое оно занимает в структуре деятельности. Такое указание имеет смысл однозначной характеристики познаваемого объекта, так как тем самым определяется его функция в деятельности и отношения с другими элементами структуры деятельности. Если о познавательном объекте известно, что он есть субъект, или объект деятельности или что он есть цель или мотив деятельности, то такая характеристика позволяет опереться на достаточно разработанные представления о деятельности.

К. Маркс и Ф. Энгельс в «Немецкой идеологии» сформировали критерии сходства и различия деятельности и общения: субъектом как деятельности, так и общения является человек, объект производственной деятельности — природа, мир предметов, объект общения — человек. В «Немецкой идеологии» в афористичной форме выражены критерии сходства и различия деятельности и общения: цель производства — «обработка природы людьми», цель общения — «обработка людей людьми». Заметим, что и деятельность, и общение в данном случае описываются по единой деятельностной схеме, вычлняющей в анализируемых феноменах субъект и объект.

Для понимания интимного механизма РВ существенное значение имеет трактовка проблемы возникновения идеального, сознания, данная классиками марксизма в рамках деятельностного объяснительного принципа.

Речевое общение генетически и актуально детерминировано деятельностью. Генетическая детерминация состоит в том, что, во-первых, идеальное, сознание, общность которого у коммуникантов является основной и первой предпосылкой речевого и любого знакового общения, формируется в деятельности, во-вторых, различные способы и виды речевого общения, даже те, которые, казалось бы, существуют оторванно от деятельности, например, лекционная пропаганда, сформировались для обслуживания деятельности или генетически восходят к образцам речевого

общения, непосредственно вплетенным в деятельность (хрестоматийным примером является театр, который эволюционировал от общения, прямо связанного с производственной деятельностью, до специфического общественного института, демонстрирующего социально санкционируемые и социально осуждаемые образцы общения). Актуальная детерминация общения деятельностью проявляется в зависимости общения от целей деятельности, это справедливо даже для тех форм речевого общения, которые осуществляются оторванно от деятельности.

Тезис о деятельностной детерминации идеального, сознания, обоснованный классиками марксизма, является чрезвычайно важным для понимания речевого общения.

Для анализа РВ из теории деятельности А. Н. Леонтьева наиболее продуктивны понятия цели, мотива, действия, операции, значения, смысла и условий деятельности. В упрощенном виде их соотношение может быть описано следующим образом. Действие — это целенаправленная активность человека, каждое действие имеет свою цель. Деятельность тоже имеет свою цель, которая называется мотивом, деятельность состоит из нескольких действий, подчиненных одному мотиву.

Способ выполнения действия — это операция, ее выбор зависит от условий осуществления деятельности.

Речь в структуре деятельности занимает место действия. Следовательно, способ речепроизводства, т. е. операция зависит в конечном итоге от условий совершения деятельности и непосредственно зависит от условий общения, детерминированных опять же деятельностью. И, наконец, потребность — это нужда в чем-либо, то, что побуждает человека развивать свою активность, потребность лежит в основе любой деятельности человека. Самый существенный вывод, который можно сделать, применяя понятия теории деятельности к речи — это то, что речь имеет не только непосредственную цель, но и мотив — то, ради чего достигается речевая цель. Слушая речь другого человека, мы всегда стремимся за ясными значениями слов увидеть их смысл, который открывается в ответе на вопрос: «Ради чего, зачем он говорит?» Невозможность реконструировать мотив речевых действий говорящего делает его речь неясной и темной.

Прежде чем проиллюстрировать этот понятийный аппарат, заметим, что деятельностная схема анализа общения обязывает видеть, допустим в участниках диалога, субъект или объект речевого общения, т. е. эта схема позволяет описывать общение не с позиции наблюдателя, для которого коммуниканты попеременно являются то субъектами, когда они производят речь, то объектами, когда они воспринимают речь партнера, а с позиции одного из коммуникантов, который является субъектом, преследует свои цели, руководствуется своим мотивом, стремится к регуляции поведения партнера. При этом целесообразно избегать наивной и лобовой идентификации субъекта общения и внешней речевой активности: подследственный на допросе своими ответами или молчанием не

менее эффективно может управлять поведением следователя, свободного в своих речевых действиях.

Попытаемся показать возможности понятийного аппарата теории деятельности на примере деятельности лектора, которая является преимущественно речевой. Это удобно сделать, отвечая на вопрос, какие цели преследует лектор, какие задачи он решает в ходе своего выступления перед аудиторией.

Напомним, что мы исходим из представления о том, что речевая коммуникация, передача речевой информации всегда служит для решения неречевых задач. Люди, общаясь друг с другом, никогда не передают информацию ради информации, ради того, чтобы только сообщить нечто своему собеседнику. Всегда за нашей речью, за каждым речевым сообщением стоит иная неречевая задача, всегда речевое сообщение является средством достижения некоторой неречевой, практической цели. Поэтому когда лектор появляется перед аудиторией, чтобы передать определенную информацию, то он делает это не ради информирования, речь лектора — это только средство достижения другой цели или целей, которые в конечном итоге направлены на побуждение аудитории к деятельности. Обычно лектор не ставит своей целью побудить аудиторию к немедленным действиям, но он может правильно построить свое речевое воздействие на аудиторию только в том случае, если будет четко представлять место своей лекции в цепи пропагандистско-агитационного воздействия, приводящего в итоге к активным действиям. Речевое воздействие лектора на аудиторию можно свести к трем типам воздействия, которые выделил А. А. Леонтьев [1972, 31].

Во-первых, речевое воздействие может иметь своей задачей только сообщение новой информации, новых знаний о некоторых явлениях действительности. Учитывая новые знания и соотнося их с системой своих потребностей и мотивов, человек определяет свое отношение к явлениям действительности и в соответствии с этим осуществляет свою деятельность. Так, обычно лекция о международном положении преследует цель не столько сообщить новые сведения о фактах и событиях международной жизни, сколько сформировать отношение аудитории к этим фактам и событиям. Конечная цель лекций о международном положении — поддержание имеющегося у аудитории отношения к классам событий, о которых сообщается в лекции.

Во-вторых, речевое воздействие лектора на аудиторию может иметь своей задачей сообщение новой информации об известных явлениях действительности, когда знания аудитории систематизируются, перестраиваются по-новому и таким образом достигается иное понимание и осмысление известных вещей. Такие цели часто имеют лекции, где сообщаются новые сведения из сферы профессиональной деятельности слушателей. И в первом, и во втором случаях коммуникант свои усилия направляет на сообщение новых или на перестройку имеющихся знаний, полагая, что их осмысление, соотнесение их с системой своих потребностей и мотивов аудитория осуществит сама.

В-третьих, можно, не сообщая никакой новой информации, направить все усилия на изменение отношения к явлениям действительности, на изменение их смысла для человека. Иначе говоря, лектор занимается анализом некоторых потребностей и мотивов слушателей и с их позиций осмысляет действительность и демонстрирует аудитории ее отношение к этой действительности.

Соотношение новых знаний с системой потребностей и мотивов — это один из механизмов воздействия на аудиторию путем убеждения. Начальная стадия лекции, стадия установления контакта очень важна для всей лекции в целом, успех лекции во многом зависит от того, насколько успешно лектор справится с задачей установления контакта. Смысл задачи по установлению контакта с аудиторией заключается в том, чтобы выбрать наиболее целесообразную позицию для конкретной аудитории и конкретных целей: «Я член вашей социальной группы, у нас общие интересы и с этой позиции я буду общаться с вами»; «У нас нет общей позиции по излагаемой проблеме, но постараюсь доказать, что я прав»; «Я являюсь высококвалифицированным носителем уникальной информации в своей профессиональной области и хочу сообщить вам сведения, которые представляют для вас интерес» и т. д.

Выбор той или иной позиции означает для лектора, что он 1) закрепляет атмосферу доверия к себе и к сообщаемой информации, если такая имеется в силу общей принадлежности к одной социальной группе; 2) пытается хотя бы частично нейтрализовать атмосферу критичности или безразличия; 3) не пытается явным образом понизить уровень критичности аудитории, выступает как оппонент, но заставляет аудиторию слушать себя и пытается добиться своей цели тем, что излагает свои аргументы и опровергает потенциальные контаргументы аудитории. Установление контакта с аудиторией, создание атмосферы доверия к себе и передаваемой информации не ограничивается только начальной стадией лекции, лектор это делает и в процессе всего общения с аудиторией, но в начальной стадии лектор это делает наиболее интенсивно, достигая оптимального уровня атмосферы, благоприятной для воздействия, а на остальных стадиях лекции только поддерживает созданную ранее атмосферу. Аналогично этому на начальной стадии перед лектором стоит задача привлечения внимания аудитории к теме лекции и поддержания этого внимания на необходимом уровне.

Итак, вернемся к задачам лектора, которые он решает, организуя свое общение с аудиторией, создает оптимальную для данной аудитории атмосферу для оказания воздействия на слушателей, овладевает их вниманием и удерживает его до конца лекции. Эти задачи решаются по-разному в зависимости от цели и характеристик аудитории. Задачи по организации общения с точки зрения конечной задачи лекции — побуждение аудитории к деятельности или создание готовности к ее совершению —

являются, естественно, техническими, второстепенными, решение их необходимо только для достижения конечной цели.

Рассмотрим теперь еще одну группу задач. Эта группа задач связана с организацией речевого воздействия, цель которого — побудить аудиторию к действию или (что бывает чаще всего) создать готовность к совершению этого действия. Психологическая схема воздействия на аудиторию путем убеждения имеет следующий вид.

Побудить аудиторию слушателей (или отдельного человека) совершить какую-либо привычную или новую для них деятельность можно, показав им, что в ходе этой деятельности они удовлетворяют имеющиеся у них потребности. Известно, что особой популярностью пользуются лекции, тема которых имеет непосредственное отношение к жизни семьи (воспитание детей, проблемы брака и т. п.), конкретного города, района (проблемы благоустройства и т. п.) или государства (лекции о международном положении). Очень охотно посещаются лекции общеобразовательного типа, где слушатели получают интересную информацию, удовлетворяя познавательную потребность. Следовательно, исходное место в психологической схеме воздействия убеждением занимает определенная деятельность человека, в которой возникает потребность, удовлетворяемая каким-либо предметом-мотивом. Деятельность, в ходе которой будет удовлетворена возникшая в иной деятельности потребность, направлена на этот предмет-мотив.

В процессе производственной деятельности, например, у инженера возникла потребность в получении новых знаний, которая может быть удовлетворена путем совершения деятельности, направленной на удовлетворение этой потребности. Что это за деятельность? Это может быть и посещение одной или цикла лекций с соответствующей тематикой, и учеба на курсах повышения квалификации, и чтение специальной литературы, и получение консультации у высококвалифицированных специалистов. Если мы хотим, например, побудить нашего инженера посетить лекцию, пойти учиться на курсах повышения квалификации, прочитать специальную литературу, получить консультацию, то мы должны показать ему, что у него есть потребность в получении новых знаний (или сформировать такую потребность) и указать на эти деятельности, совершая которые, он сможет удовлетворить свою потребность. Это обобщенная и упрощенная схема воздействия убеждением, которая в реальной жизни обычно сопровождается различными дополнительными обстоятельствами. Эта схема «деятельность, в которой возникла потребность, — сама потребность — деятельность по удовлетворению этой потребности — предмет (мотив), достижение которого в процессе деятельности удовлетворяет потребности» приемлема как для анализа побудительных причин посещения лекций, так и для осуществления воздействия на аудиторию лектора. Посещение лекции на производственную тему может быть вызвано осознаваемой

потребностью в увеличении профессиональных знаний, но на эту же потребность можно опереться при побуждении слушателей поступить на курсы повышения квалификации, обратиться в техническую библиотеку и т. д.

Из этого следует вывод, что одна потребность может быть удовлетворена разными способами, т. е. для удовлетворения одной потребности могут быть предложены разные мотивы.

Если слушателям для удовлетворения потребности в профессиональных знаниях приходится действовать каждый раз определенным способом — обращаться в техническую библиотеку, то у них создается готовность действовать так при возникновении познавательной потребности, иными словами, у них создается установка. Очевидно, что побуждение аудитории к совершению деятельности протекает различно в зависимости от того, сформирована ли установка к удовлетворению имеющейся потребности определенным способом или такая установка еще не сформирована. При несформированной установке необходимо показать и доказать (!), что имеющаяся потребность может быть удовлетворена именно предлагаемым способом, если же установка сформирована, то необходимость в доказательстве отпадает, достаточно указать на привычную деятельность, при развертывании которой удовлетворяется потребность. Сама потребность в получении новых профессиональных знаний может быть не сформирована. В таком случае аудитории нужно показать, что у нее есть такая потребность, что, к примеру, низкая производительность труда отчасти объясняется тем, что не удовлетворяется именно эта потребность в новых знаниях.

На примере лекционной пропаганды мы видим, что действия субъекта РВ направлены на решение двух групп задач: первая группа — это задача организации общения (привлечение и удержание внимания, создание атмосферы, благоприятной для восприятия сообщения и т. п.), вторая группа — задачи оказания собственно воздействия — побуждения объекта воздействия к некоторой деятельности (указание на имеющуюся потребность, демонстрация предмета — мотива, удовлетворяющего данной потребности, указание на деятельность, осуществление которой приведет к удовлетворению имеющейся потребности).

Покажем на одном примере успешное решение этих задач. Известный академик и адмирал А. Н. Крылов пишет в своих воспоминаниях о том, как однажды ему было поручено написать доклад для морского министра, который должен был выступить перед Государственной думой, чтобы добиться принятия законопроекта об ассигнованиях на строительство военных кораблей, взамен потерь, понесенных флотом в русско-японской войне 1904—1905 гг. Кроме обычных задач, стоящих перед оратором при осуществлении речевого воздействия (необходимо было побудить аудиторию проголосовать за законопроект), А. Н. Крылов должен был обратить внимание на следующие две задачи, от решения которых во многом зависел успех всего воздействия.

Во-первых, доклад должен был быть понятным и для неспециалистов, а в докладе убедительно и доказательно излагалась мысль о строительстве флота, состоящего из судов всех типов в определенной пропорции, во-вторых, при воздействии на аудиторию следовало опереться на такую потребность слушателей, которая была бы для всех общей. Верно оценив настроения депутатов Государственной думы, А. Н. Крылов сделал опору на чувство патриотизма, которое объединяло необходимое для него большинство депутатов. Для того, чтобы вызвать переживание этого чувства, он показал, что вероятный противник — кайзеровская Германия — объектом главных усилий выберет Петербург, ибо занятие Петербурга неприятелем завершает войну в его пользу. Главная задача Балтийского флота есть оборона столицы и поэтому депутаты Государственной думы, будучи патриотами России, должны проголосовать за предоставление Морскому министерству испрашиваемой суммы. Чтобы у слушателей не было сомнения на какие чувства он опирается в своем воздействии на них, А. Н. Крылов после перечисления статей расходов при строительстве флота пишет: «Эти числа вас могут поразить своею громадною, но если их сопоставить с важностью флота для обороны государства, — то вы не откажите в том полумиллиарде, который нужен России на возобновление флота» [1947, 180].

Об успехе речи свидетельствует такая фраза из воспоминаний А. Н. Крылова: «Так называемые «знатоки дел думских» уверяли, не зная содержания доклада морского министра, что Морскому министерству обеспечено большинство в 4 или 5 голосов.

К общему изумлению оказалось 288 голосов «за» и 124 «против» [1947, 180].

Сделаем промежуточное резюме. Две группы задач, решаемые субъектом РВ, охватывают почти все задачи РВ. Но есть еще одна группа задач, которая в описанной нами модели действий субъекта РВ отображена в свернутом виде. Обычно эта группа задач, формулируется в виде требования к речи субъекта РВ, чаще всего к речи оратора, лектора, пропагандиста. В самом общем виде это требование таково: «Нужно говорить на языке, понятном аудитории».

На основе анализа разъяснений этого требования, содержащегося в пособиях по ораторской речи, лекционной пропаганде, можно сделать вывод, что его следует понимать двояко. Во-первых, как требование употреблять слова, доступные аудитории, и не использовать в устной речи конструкции письменной речи, т. е. не говорить усложненными синтаксическими конструкциями; во-вторых, как требование говорить на языке потребностей и мотивов аудитории.

О потребностях и мотивах аудитории, т. е. о её нуждах и способах их удовлетворения, мы уже писали выше, когда раскрывали психологический механизм РВ. Сейчас мы хотели бы указать на другой аспект проблемы. О потребностях и мотивах конкретной аудитории можно сказать по-разному — можно описать

их языком научной или публицистической статьи, а можно сказать так, как говорят в магазинной очереди, но главное в том, чтобы сказать как принято в данной аудитории. Иначе говоря, в РВ нужно опираться на знания аудитории, или точнее — на образы сознания слушателей. Общность сознаний субъекта и объекта РВ, т. е. общность их знаний о мире и обществе — первая и основная предпосылка эффективности РВ. Недостаточная общность сознаний субъекта и объекта РВ особенно часто заметна при межкультурной коммуникации и является основной причиной неудач РВ, направленного на инокультурную аудиторию. Мы не будем специально останавливаться на этой проблеме, так как ее анализу в книге отведено достаточно места (см. разделы, написанные В. Ф. Петренко с соавторами).

Подводя итог анализу методологических и теоретических проблем РВ, мы хотели бы в явной форме сформулировать мысль, к которой мы стремились подвести читателя. Анализ проблем РВ показывает, что наиболее адекватными моделями РВ являются антропные модели, которые удобнее всего описываются (интерпретируются) в психологических представлениях.

Литература

Крылов А. Н. Воспоминания. М., 1947.

Леонтьев А. А. К психологии речевого воздействия // Материалы IV Всесоюзного симпозиума по психолингвистике и теории коммуникации. М., 1972.

Леонтьев А. Н. Деятельность. Сознание. Личность. М., 1977.

СТРУКТУРА СОЗНАНИЯ В РЕЧЕВОМ ВОЗДЕЙСТВИИ

Проблемы эффективности речевого воздействия в аспекте психолингвистики

Речевое воздействие (РВ) является той областью коммуникативной деятельности человека, в которой пересекаются интересы психологии общения [Леонтьев 1974; Смысловое восприятие... 1976; Сорокин и др. 1979; Проблемы... 1981], пропаганды [Шерковин 1973; Артемов 1985], массовой коммуникации и рекламы [Феофанов 1974; Дридзе 1984], теории и практики педагогики [Зимняя 1978; Викторов 1982], психотерапии [Руководство по психотерапии, 1979].

Термин «речевое воздействие» полисемантичен. За определением «речевое» может стоять устная и письменная речь и даже внутренняя речь, связанная с автокоммуникацией. При широкой трактовке языка (язык мимики, жестов, танца, киноязык) под речью может пониматься и видеоряд киномонтажа, и ритуальный обряд, и опера, и пантомима. Под эффектом воздействия может подразумеваться непосредственное изменение поведения субъекта (реципиента) воздействия, или изменение его эмоционального

состояния, или изменение его знаний о мире, или изменение его отношения к тем или иным событиям и реалиям этого мира, т. е. изменение его личностного смысла. Наконец, РВ может быть монологичным, как форма воздействия на другого человека (других), и диалогичным, как форма побуждения к общению другого человека (других) как носителя неких знаний, ценностей, некоей уникальной картины (образа) мира, и в силу этого включать возможность перестройки не только сознания другого человека, но и собственного.

В широком смысле слова РВ связано с перестройкой индивидуального сознания или, что для нас синонимично, с перестройкой имплицитной картины мира субъекта или образа мира. Отметим, что понятие «сознание» в разных гуманитарных науках имеет несколько различный смысл в зависимости от понятийного тезауруса, в котором оно используется [Назаретян 1981]. Так, в психологической науке «сознание» противопоставлено в первую очередь процессам бессознательного или неосознаваемому содержанию памяти, мышления, творчества и т. д. В политэкономии антонимом сознательности выступает стихийность, а в философском плане сознание — форма отражения бытия. В этом последнем смысле мы говорим о представленности мира объектной и социальной действительности в сознании субъекта, отождествляя понятие сознания с имплицитной картиной мира субъекта, с его образом мира. В психологическом же плане исследование индивидуального сознания подразумевает представление его в виде многослойной уровневой системы, включающей как осознаваемые, так и неосознаваемые компоненты.

В отличие от психоанализа мы рассматриваем бессознательное не как самостоятельную психическую реальность, противостоящую сознанию, а как низлежащие этажи, уровни сознания, характеризующиеся меньшей расчлененностью и рефлексивностью.

Текст может воздействовать на разные уровни человеческого сознания, осуществляя различные формы перестройки этого сознания (образа мира человека). В рамках психосемантической модели сознания можно выделить три типа таких изменений, понимая, конечно, что в реальном процессе РВ они существуют в единстве, но степень их выраженности различна.

Первый тип РВ характеризуется изменением отношения субъекта к некоему объекту (изменение коннотативного значения этого объекта) без изменения категориальной структуры индивидуального сознания субъекта. К такого рода воздействиям можно отнести призыв, лозунг, рекламу. На языке семантических пространств такого рода воздействие изменяет местоположение координатной точки, соответствующей коннотативному значению, без изменения координатных осей этого пространства.

Как правило, РВ такого типа характеризуется образностью, метафоричностью. Его стилистика тяготеет к языку «улиц и площадей», где агитатор при дефиците времени, «бросая в толпу горящие слова», должен вызвать у слушателей мгновенный отклик.

Рассмотрим в качестве примера отрывок из текста А. М. Горького «С кем вы, мастера культуры», характерный для пропагандистской стилистики 20—30-х годов. «Нянька капиталистов — интеллигенция, — в большинстве своем, занималась тем, что усердно штопала белыми нитками давно изношенное, грязноватое, обильно испачканное кровью трудового народа философское и церковное облачение буржуазии»¹.

Содержательный пласт этого высказывания, очевидно, задан отношениями трех элементов: интеллигенция находится в отношении няньки к буржуазии, буржуазия — в отношении «иметь» к «обильно испачканному кровью трудового народа философскому и церковному облачению», и интеллигенция — в отношении «штопать белыми нитками» к «облачению буржуазии». Перевод

этих отношений, заданных в метафорической форме, в концептуальную форму неизбежно ведет к конкретизации, сужению содержания. Например, слово «нянька» включает и отношение зависимости воспитуемого от воспитателя, и элемент превосходства воспитателя в опыте и знаниях над подопечным, и некую зависимость воспитателя от капризов воспитанника,



Рис. 1. Изменение коннотативного значения слова в зависимости от контекста.

танника, подразумевает также возможное отношение экономической зависимости няньки, нанимаемой в воспитатели и т. д.

Метафоричность высказывания, создаваемая за счет использования житейских (в терминах Выготского) понятий, имеющих большее число семантических признаков, семантических полей, чем конкретно-научные понятия, подготавливает широкий простор для возможной конкретизации, раскрытия концептуального содержания. Основной эффект РВ описываемого отрывка текста заключается не в передаче некоторого концептуального знания, а в изменении отношения к буржуазной интеллигенции за счет ее ассоциации с яркими эмоционально отрицательными образами. При шкалировании по шкалам семантического дифференциала слова «интеллигенция» с последовательно разворачиваемыми негативными определениями, содержащимися в анализируемом отрывке, мы можем наблюдать флуктуацию коннотативного значения этого слова, состоящую в изменении оценки и некотором сдвиге по фактору силы и активности (см. рис. 1).

¹ Горький А. М. С кем вы, мастера культуры // Называть вещи своими именами. Программные выступления мастеров западноевропейской культуры XX века. М., 1986. С. 15.

Подобный тип РВ, заключающийся в изменении коннотации единичного объекта (понятия, представления, образа персонажа и т. д.) за счет «привязки» к нему ярких, эмоционально насыщенных образов, специфичен для формирования стереотипов, типажей — т. е. эмоционально ярких, малоструктурированных и обладающих низкой системной организацией форм обобщения. Пример изменения стереотипов в ходе общения по каналам массовой коммуникации (МК), включавшего как вербальный, так и визуальный текст, дает анализ передачи ЦТ «Телемост Москва—Токио», проведенный по нашей методике совместно с О. К. Мельниковой в 1988 г.

Испытуемые, в роли которых выступали группы школьников и рабочих, оценивали «до» и «после» просмотра телепередачи следующие образы-типажи (ролевые позиции): образ типичного японца («мы о них»); образ типичного русского («мы о нас»); образ типичного русского глазами японца («они о нас»), т. е. того, как, по мнению испытуемых, японцы оценивают советских участников телемоста. Оценка проводилась по множеству семибалльных (от 3 до —3) униполярных шкал, описывающих качества личности, характера, трудолюбия, миролюбия, отношение к противоположной стороне. Таким образом, советские телезрители в качестве испытуемых заполняли матрицы данных (5 образов по 52 шкалам), включающие как прямые оценки «мы о них» и «мы о нас», так и оценки, данные в рефлексивной позиции — «они о нас» — т. е., что мы думаем об их отношении к нам и об изменении этого отношения в ходе телепередачи.

Полученная в ходе эксперимента групповая матрица данных подвергалась процедуре факторного анализа с целью построения семантического пространства, т. е. выделения оснований категоризации (координатных осей) и размещения в семантическом пространстве ролевых позиций (образов-типажей). Выделенные на основе анализа общегрупповой матрицы данных факторы были интерпретированы следующим образом. Фактор «оценки» объясняет 56 % общей дисперсии и включает качества: миролюбивые, доброжелательные, контактные, настроенные на взаимопонимание, беспокоящиеся о будущем и т. д. — на одном полюсе фактора; лицемерные, жесткие, сухие, подверженные стереотипам своей пропаганды, все на одно лицо, каждый думает прежде всего о себе — на другом полюсе фактора. Фактор «динамичности» (активной жизненной позиции) объясняет 27 % общей дисперсии и включает качества: энергичные, современно выглядят, свободно и непринужденно держатся, независимы в своих суждениях в оппозиции к «беззаботные», «беспечные», склонны подчиняться авторитету, подозрительно единодушны в своих мнениях и т. п. Фактор «включенности в общение» (11 % общей дисперсии) включает шкалы: мы им интересны, политически гибкие, пристрастные, открыто

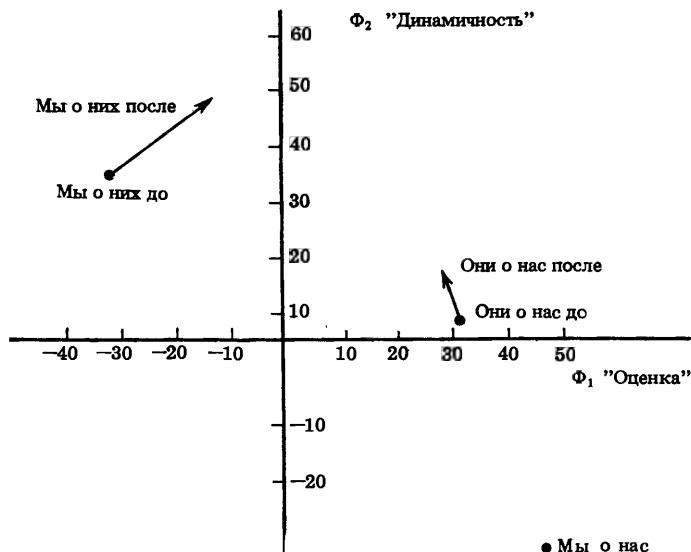


Рис. 2. Размещение в семантическом пространстве (Φ_1 Φ_2) образов участников программы «Телемост Москва—Токио»

выражают свои чувства. (Размещение ролевых позиций — образов-типажей — в пространстве выделенных факторов см. на рис. 2 и 3.)

Как видно из рисунков, в целом в ходе телепередачи произошло изменение стереотипов в направлении более благожелательного отношения, а также увеличения интереса к противоположной стороне.

Представляет интерес эффект своеобразного этноцентризма, проявляющийся в том, что противоположной стороне приписывается более положительный образ собеседника. Испытуемые как бы совершали следующее неосознанное умозаключение: «Мы-то знаем, что мы хорошие, значит, это должны знать и они». Раздельная факторизация групповых данных испытуемых по социальной принадлежности выявила большую когнитивную сложность рабочих и большую стереотипизацию их оценок по сравнению со школьниками. Если у школьников первыми двумя ведущими основаниями классификации ролевых позиций типажей выступали коннотативные осгудовские факторы оценки и динамизма, с их четкой поляризацией качеств на «хорошие» и «плохие»; и «динамичное, активное» поведение в противоположность к «пассивному, зависимому», то основания категоризации (координатные оси семантического пространства) рабочих имели более денотативный характер, обусловленный определенным стереотипизированным знанием рассматриваемой содержательной области. Так, например, ведущий фактор категоризации у рабочих включал качества: миролюбивые, душевные, мягкие, открытые («душа нараспашку»), патриотичные, с чувством юмора, беспечные —

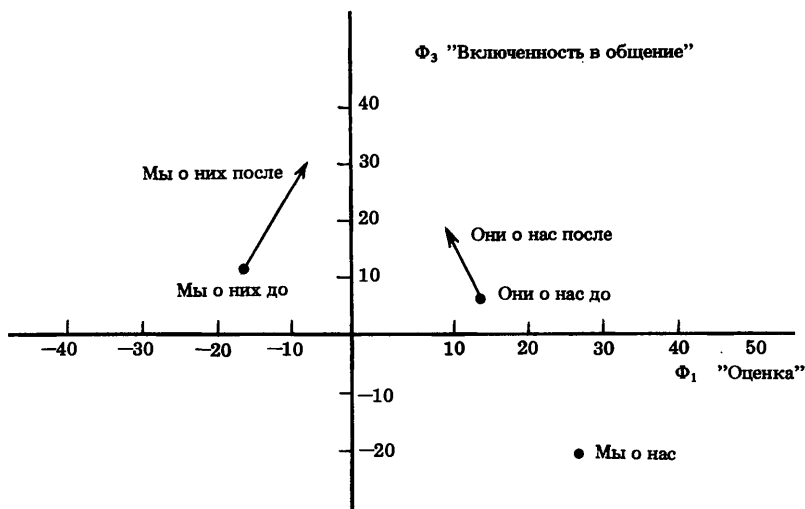


Рис. 3. Размещение в семантическом пространстве (Φ_1 Φ_2) образов участников программы «Телемост Москва—Токио».

в оппозиции к качествам: трудолюбивые, дисциплинированные, привержены традициям, с патриархальным уклоном, энергичные, рациональные, практичные, с развитым эстетическим чувством. В содержании данной оппозиции качеств, на наш взгляд, без труда прочитывается противопоставление элементов образа-типажа русского и образа-типажа японца, как они представлены в рамках нашего отечественного обыденного сознания. Содержание последующих факторов «динамизм личности»; «настроенность на взаимопонимание» / «представляющие опасность»; и «доброжелательность» / «недоброжелательность» в ходе передачи также было более подчинено логике житейских представлений, и группировка качеств в факторы осуществляется не по их оценочному знаку: положительные качества на низком полюсе фактора — отрицательные на другом. . . (как у школьников), а на основе сложившихся стереотипов. В этом плане стереотипизация выступает промежуточным звеном от эмоционально-оценочных (коннотативных) форм категоризации к понятийно-концептуальному знанию.

Эксперимент показал незначительные изменения содержания стереотипов, образующих координатные оси семантического пространства в ходе телепередачи, главный эффект которой проявился в изменении оценок ролевых позиций (отношения к образам-типам) в рамках данных семантических пространств. Более глубокий анализ эффективности подобного типа передач (международных телемостов) требует, конечно, привлечения данных, характеризующих позицию и изменение стереотипов телезрителей другой стороны, что требует в свою очередь международной кооперации исследователей.

Второй тип РВ заключается не в изменении коннотации единичного объекта в сознании субъекта, а состоит в формировании

общего эмоционального настроения, мироощущения реципиента воздействия. Примером такого воздействия может выступать лирика. Рассмотрим танка (пятистишие) И. Такубоку²: На песчаном берегу // Островка // В Восточном океане // Я, не отирая влажных глаз, // С маленьким играю крабом. Мы как бы сверху, в телескопический объектив видим одинокую фигурку человека, заброшенную на маленьком островке среди бесконечного простора Великого океана и одновременно являемся этим человеком. Ощущение чистой грусти, одиночества, исключенности из будничной суеты и одновременно некоторой беспомощности, возврата в детство. Ощущение мимолетности человеческого бытия на фоне вечного океана не вызывает, тем не менее, тягостных мыслей о бренности всего живого, а дает, скорее, ощущение гармонии («с маленьким играю крабом»), включенности, причастности к этому вечному. Ощущение сродни восприятию икебаны — увидеть и почувствовать в мимолетном и преходящем вечное и прекрасное.

Вот иная истина бытия, заданная другим мироощущением: Так бей же по жилам, // Кидайся в края, // Бездомная молодость, // Ярость моя! // Чтоб звездами сыпалась // Кровь чело-вечья, // Чтоб выстрелом рваться // Вселенной навстречу, // Чтоб волн запевал // Оголтелый народ, // Чтоб злобная песня // Ко-веркала рот, — // И петь, задыхаясь, // На страшном просторе: // — Ай, Черное море, // Хорошее море! . . .³ В этом стихотворении пространство и время как бы стянуты, сжаты в точку, и, как в момент первоначального вселенского взрыва, бесконечная, еще не структурированная человеческая энергия готова взорваться в творческом мирозидании.

Эмоции выступают как наиболее глубинные формы категоризации, определяющие общие контуры выстраиваемого сознанием концептуального образа мира. В этом плане подобный тип РВ (лирическая поэзия, политическое воззвание, гипнотическое воздействие), вызывая изменение состояния сознания, определяет субъективное пространство и время, в котором выстраивается образ мира, определяет степень возможной активности и самореализации субъекта в рамках этой модели мира и имплицитно задает критерий истинности мироощущения, принимая за точку отсчета истину эмоционального момента или эмоционального настроения души экзистенциального «я», или воспринимая мир с позиции родового или коллективного «мы», или описывая мир с некоей отстраненной, надвременной, трансцендентальной позиции (природы, этических или эстетических ценностей, науки), выходящей за рамки конкретного исторического бытия. Задавая пристрастность отражения уже в самом базисе образа мира, эмоции определяют возможные формы поведения субъекта, определяют направленность его в принятии решения.

² Такубоку И. Лирика. М., 1966. С. 25.

³ Багрицкий Э. Г. Стихотворения и поэмы. М., 1987. С. 65.

Даже такая форма РВ, как военная команда, наиболее однозначно детерминирующая поведение субъекта, при позволяющих условиях может включать этап эмоционального настроя. Любопытный пример такого симбиоза поэтической формы и военного приказа дает пропагандистский текст времен второй мировой войны, который зачитывался перед японскими летчиками-камикадзе перед вылетом на боевое задание: «... Как цветы дикой вишни расцветают ненадолго, а затем опадают на землю, так и вы умрете без сожаления за императорскую Японию. Вы уже боги, без земных помыслов...»⁴.

Эмоциональный настрой души определяет избирательность в восприятии объектов, событий, реалий окружающего и воображаемого мира, которые, оказавшись по эмоциональному тону резонансными состоянию души, образуют узор ассоциативных связей, выступающий материалом для формирующегося концептуального здания образа мира. Влияние эмоций на процессы категоризации было предметом, в частности, наших совместных с В. В. Кучеренко исследований, заключавшихся в построении субъективных семантических пространств при различных эмоциональных состояниях испытуемых. С помощью суггестивной техники, близкой к гипнотическому воздействию, испытуемых последовательно погружали в заданные эмоциональные состояния (эйфории, чувства вины, приятного опьянения, страха) и просили заполнить матрицы семантических связей ряда понятий. На основе полученных матриц данных с использованием процедуры факторного анализа строились субъективные семантические пространства, отражающие категориальные структуры индивидуального сознания испытуемых, в рамках которых осуществляется упорядочивание (категоризация) этого материала. Проведенный эксперимент подтверждает ранее полученные результаты [Петренко и др. 1982] о том, что одна из функций эмоций заключается в изменении уровня, на котором осуществляются процессы категоризации. Так, наличие аффекта ведет к уплощению семантических пространств, уменьшению их размерности (числа независимых факторов). Аффект выступает своеобразным оператором перехода от более расчлененных (предметно-категориальных) форм к глубинным формам коннотативной категоризации. Отметим, что выше шла речь об аффекте в его узком понимании, как одной из простейших форм эмоционального проявления [Леонтьев 1971]. Эмоции же как таковые, перестраивая семантическую организацию индивидуального сознания, не обязательно упрощают его когнитивную сложность. Эмоции как кривые зеркала, делают более выпуклыми те или иные аспекты действительности и, изменяя вес того или иного семантического признака значения в зависимости от его эмоциональной окраски, создают, подобно калейдоскопу, узоры семантических структур (гештальтов).

⁴ Млечкин Л. Семь жизней за императора // Новое время, 1985, № 31. С. 24—25.

Остается открытым вопрос: могут ли эмоциональные состояния непосредственно порождать новые категориальные структуры (координатные оси семантического пространства) или же семантическое структурирование осуществляется по заданному руслу уже имеющихся и извлекаемых из памяти субъекта семантических категорий, а эмоциональные состояния выступают как бы ключом к тому или иному содержанию сознания. Мы склонны считать, что для порождения новообразований — новых семантических конструкторов индивидуального сознания или требуется внутренняя творческая (мировоззренческая) работа самого субъекта по осмыслению мира, или же эти конструкторы индуцируются имплицитно содержащейся в некоем тексте системой категорий другого человека (писателя, собеседника), и их усвоение требует опять же интенсивной внутренней работы человека на понимание и осмысление текста.

Третий тип РВ можно связать с перестройкой категориальной структуры индивидуального сознания, введением в нее новых категорий (конструкторов), проявляющихся в классификации, формах упорядочивания объектов, событий окружающей предметной и социальной действительности. В наиболее яркой форме этот аспект специфичен для научных и особенно для методологических текстов. Например, для психологической науки последние задают такие суперкатегории, как деятельностный подход в оппозиции к рефлекторному, принцип целостности в противовес атомарному, сводящему целое к сумме элементов, принцип историчности, фиксирующий зависимость человеческой психики (как в мотивационно-ценностном, так и когнитивно-операциональном аспектах) от социо-культурного базиса общества — в противовес представлениям о неизменности человеческой психики и т. д. Будучи усвоенными субъектом, ставшие категориями его индивидуального сознания, они задают смысловое (семантическое) пространство, в рамках которого происходит восприятие и осознание действительности и поднимают уровень сознания (в данной содержательной области) до научного. Так, введенный К. Юнгом научный конструктор «экстраверсия/интроверсия», операционализированный Айзенком в психодиагностической методике, может использоваться субъектом в его классификации, дифференциации окружающих людей или для оценки себя в рамках самосознания.

Обыденное сознание человека содержит сотни конструкторов-шкал, заданных оппозицией прилагательных. На их основе построен, в частности, метод полярных профилей, позволяющий сопоставить семантическое сходство объектов (например, текстов) через сходство их оценок, данных по этим шкалам, либо сходство одного объекта по отношению к разным конкретным индивидам или социальным группам. Группировка шкал-измерений в более ёмкие категории-факторы осуществляется, в частности, в методике семантического дифференциала с помощью факторного анализа [Харман 1972] или в методике классификации Миллера [Miller 1971] с помощью кластерного анализа. Выделяемые категории-факторы, являющиеся суперконструкторами по отношению к исходным шкалам-кон-

структам, обычно также биполярны. Принцип бинарности является, по мнению большинства лингвистов, универсальным принципом организации языка и мышления.

Однако генезис биполярных шкал может идти несколькими путями. Например, языковые антонимы имеют, как правило, общий генетический корень. В работе Гамильтон, Диза [Hamilton, Deese 1971] было показано, что понятия «больше—меньше», «вчера—завтра», «тяжелый—легкий» возникают в онтогенезе из общего родового понятия (архисемы), отражающей идею «количества», «времени», «веса» и т. п. Антонимичные полюса первоначально являются в сознании ребенка синонимичными. Понимая, что речь идет о некотором качестве, ребенок тем не менее путает эти слова, причем более ранний и активный запас слов относится к так называемым немаркированным понятиям: «больше», «красивый», «тяжелый», где идея некоего качества более выражена, в противоположный полюс антонима (маркированное понятие) возникает позднее как отрицание этого качества: «не большой, т. е. маленький», «не тяжелый, т. е. легкий». К шкалам такого типа относится большинство физических измерений. Эти шкалы фактически задают некое измерение, варьирующее от нуля до бесконечности или некоего гипотетического максимума. Например, очень легкая вещь — это вещь, не имеющая веса.

Большинство же личностных качеств, задающих измерения, варьирующих в обе стороны относительно нуля (умный—глупый, хитрый—простодушный, сильный—слабый), представляют собой два относительно независимых измерения, противопоставленных и объединенных в одну шкалу нашим сознанием [подробнее см. Петренко 1983]. По отношению именно к этим психологическим псевдобиполярным шкалам, Келли ввел понятие «личностного конструкта» [Kelly 1963]. Так, за конструктом «умный—глупый» стоят в обыденном сознании два достаточно самостоятельных эталона-представления. Их относительная независимость проявляется в возможности перехода объекта оценивания с одного полюса шкалы на другой. Так, Иванушка-дурачок, в общем-то не меняя своего характера, оказался в сказке умнее своих «умных» братьев. Более серьезным свидетельством относительной независимости измерений, образующих шкалу личностной черты, симметричную относительно нуля, является факт наличия двугорбого распределения (наличия двух локальных максимумов распределения) объектов по шкалам оценивания [Круусвалл 1979]. Человек может оцениваться одновременно «умным» и «глупым», «сильным» и «слабым» и т. п. Об этом свидетельствует и появление в языке таких конструктов-определений, как «хороший плохой человек».

Сведение генетически разнородных качеств в одну шкалу-измерение ведет к построению личностных конструктов, отражающих субъективную антонимию и синонимию, обусловленную индивидуальным опытом. Например, для одного человека «вежливость» будет близка к «воспитанности» и противоположна «грубости», а для

другого будет близка к «слабости» и противоположна «силе характера».

Можно полагать, что, хотя принцип бинарности является достаточно универсальной формой, к которой тяготеет человеческое сознание при категоризации мира, и который находит свое законченное воплощение в языковой биполярной нормативности (антонимии), тем не менее измерения, образующие биполярную шкалу, могут иметь различную генетическую природу, и их противопоставление (антонимия) является специфичным для данной культуры, данной социальной, возрастной, половой группы или для данного конкретного индивида. Наши исследования межличностного восприятия [Петренко 1986] позволяют полагать, что наряду с биполярными шкалами, образованными оппозицией стереотипов, в обыденном сознании существуют однополюсные (униполярные) измерения. В экспериментальном исследовании испытуемые (студенты МГУ — психологи, журналисты, физики и биологи) оценивали образ «типичного студента» — представителя каждого из факультетов МГУ, включая и типичного студента собственной профессии по ряду личностных качеств. Полученные групповые матрицы данных раздельно для каждой из четырех профессиональных групп подвергались процедуре факторного анализа, позволяющей сгруппировать личностные качества в более емкие категории, которыми сознательно или неосознанно пользовались студенты-испытуемые при дифференциации представителей разных факультетов. Эксперимент продемонстрировал, как различие в когнитивной сложности в сфере межличностного восприятия, выражаемой размерностью семантического пространства (числом независимых факторов) у представителей различных специальностей (так, наиболее когнитивно сложными в этой сфере оказались студенты — психологи и журналисты, а наименее — физики), так и различие в содержании факторов (осей семантического пространства). Например, один из двухполюсных факторов, с некоторыми вариациями встречавшийся во всех четырех групповых семантических пространствах, был задан оппозицией качеств: целеустремленный, мужественный, закаленный, энтузиаст, дружелюбный, принципиальный, трудолюбивый, с одной стороны, и на противоположном полюсе — самодовольный, эlegantный, элитарный, сытый, претенциозный. Эта содержательная оппозиция, очевидно, задана противопоставлением образа-стереотипа мужественного, дружелюбного студента-коллективиста, которого легко найти в студенческом стройотряде, туристском походе, студенческом конструкторском бюро и т. п., и образа студента-сноба, претенциозного и самодовольного. Таким образом, биполярное измерение, являющееся основанием категоризации и классификации, задано противопоставлением стереотипов-типажей. Однако наряду с биполярными факторами, имеющими два антонимичных полюса, были выделены и униполярные (однополюсные). Как правило, это были измерения-факторы, при ранжировании по которым собственный профессиональный стереотип имел наибольшую оценку. Например, для студентов-психологов это был фактор-конструкт, образованный

склейкой качеств: сложный, умный, гордый, интересный и несчастный; у журналистов: зрелый, претенциозный, самодовольный, интересный, веселый и общественник. (Отметим, что характер склеек качеств в личностные конструкторы определяется на основе статистической обработки данных и не рефлексруется самими испытуемыми.) Анализ выделяемых униполярных факторов, по которым доминирует собственный профессиональный автостереотип, позволяет полагать, что возможным механизмом образования униполярного (однополюсного) измерения является такой когнитивный стиль испытуемых, когда за систему отсчета в оценке других людей (или персонажей) принимается образ «Я» или профессионального, социального автостереотипа, т. е. проявляется своеобразный эго-, этно- или социоцентризм.

Возможность образования устойчивых личностных конструкторов на основе противопоставления образов-типажей (которые могут иметь или не иметь специальную лексику для их обозначения) подталкивает к мысли о том, что материалом для образования личностных конструкторов могут выступать и имена существительные. Факт существования в языке окказиональной антонимии (типа: Душой *дитя* — судьбой *монах*. — М. Ю. Лермонтов) свидетельствует в пользу этого положения. В одной из наших работ по построению личностного семантического дифференциала исследовалась эта возможность. Испытуемые оценивали реально существующие личности по шкалам семантического дифференциала, заданным оппозицией существительных. После проведения соответствующей процедуры построения семантического пространства был выделен ряд факторов, содержание которых заведомо отличалось от содержания факторов семантических личностных пространств, построенных на базе прилагательных [Шмелев 1982; Петренко 1983]. Например, выделялись факторы, интерпретированные как 1) Φ_1 (активная независимость/пассивная зависимость): мастер — клиент, преступник — жертва, врач — больной, Балда — Поп (из сказки А. С. Пушкина о Попе и работнике его Балде); 2) Φ_2 (законник/нарушитель норм): филистер — флибуштер, трезвенник — пьяница, муж — любовник, монах — искуситель, отец — сын, консерватор — либерал, Пятачок — Винни-Пух; 3) Φ_3 (романтизм/реализм): романтик — обыватель, Дон Кихот — Санчо Панса, идеалист — реалист, мастер — ремесленник; 4) Φ_4 (лидер/ведомый): талант — поклонник, рыцарь — оруженосец, учитель — ученик, писатель — читатель.

Предложенный эксперимент демонстрирует возможность образования устойчивых личностных конструкторов за счет оппозиции, противопоставления понятий, выраженных через имена существительные, и позволяет предположить возможность образования новых семантических измерений за счет введения в тезаурус индивидуального или общественного сознания новых понятий, которые могут образовывать оппозиции с уже имеющимися.

Понятие, выражаемое именем существительным, представляет собой «сгусток» качеств и признаков. Оно может задаваться через

остенциональное, операциональное, функциональное определения, раскрываться через отношения данного понятия с другими, и его семантические компоненты выступают как система свернутых отношений понятия в рамках его концептуальной области. Понятия, имеющие грамматический статус имени существительного, имеют более сложную семантическую структуру, чем одностепенные (прилагательные) или многостепенные (глаголы) предикаты, описывающие качества и отношения. Множественность семантических компонентов имени существительного делает его потенциально валентным для образования множества семантических шкал при его оппозиции другим именам существительным. Особый класс имен существительных — человеческие имена собственные, за которыми стоит конкретный единичный субъект с его пластами настоящего, прошлого и будущего, с миром его фантазий и желаний, является, очевидно, бесконечно семантически богатым образованием.

Описать человеческую личность в силу ее бесконечного содержательного богатства на объективном языке качеств и признаков невозможно, и литература, которая использует семиотическую форму репрезентации личности — персонаж, как элемент своей конструктивной деятельности по построению возможных художественных миров, оперирует им как целостной полярной единицей более высокого порядка, раскрывая его отношения с другими персонажами не через предикаты, а через поступки, поведение, стиль жизни, т. е. через формы отношения более высокого уровня.

Раскрытие грамматики языка персонажных образов, которыми активно пользуется художественная литература, требует реконструкции типологии личности в обыденном сознании для описания парадигматики этого языка и исследования атрибуции (приписывания) тем или иным личностным типам того или иного мировоззрения, поступков и мотивов, стоящих за ними (т. е. синтагматики). Рефлексия законов грамматики языка человеческих образов лежит уже в плоскости психологической науки. Язык персонажных образов в силу его полисемантической является наиболее гибким («мягким» — термин В. В. Налимова [1979]) материалом для создания личностных конструктов, шкал, психологических измерений. М. М. Бахтин выделяет особый тип полифонического романа [1979], где художественное и идеологическое содержание выделяется, главным образом, через противопоставление, столкновение полноправных голосов каждого персонажа, несущих свою правду жизни, свое мировосприятие и миропонимание, основанное на собственной системе ценностей.

Сюжет в полифоническом романе несет второстепенную нагрузку и служит скорее поводом высказать, проявить персонажу свое жизненное кредо. Полифонический роман, по сути дела, является синхроническим и раскрывается как система отношений персонажей и стоящих за ними мировоззренческих моделей бытия. Оппозиция персонажей как носителей некоего мировоззрения образует авторскую систему личностных конструктов данного художественного произведения, которые назовем для краткости

художественными конструктами. Полифонизм как форма организации художественного произведения, по нашему мнению, наиболее присущ творчеству Ф. М. Достоевского, М. Булгакова, В. Тендрякова, Ч. Айтматова, но в той или иной степени его элементы содержатся в любом художественном произведении, в том числе и остросюжетном.

ХУДОЖЕСТВЕННЫЕ КОНСТРУКТЫ КАК ФОРМА СЕМАНТИЧЕСКОЙ ОРГАНИЗАЦИИ ЛИТЕРАТУРНОГО ТЕКСТА

Проблема изменения категориальной структуры индивидуального сознания под влиянием литературного текста может быть рассмотрена с точки зрения анализа воздействия художественных конструктов (ХК) литературного произведения на систему личностных конструктов (ЛК) читателя. Экспериментальному анализу этого вопроса было посвящено специальное исследование¹, проведенное на материале рассказа Л. Бежина «Мастер дизайна», затрагивающего моральные проблемы социального тренинга. В рассказе задействовано два основных персонажа, что делает его удобным для анализа и апробации методики: Кирилл Евгеньевич — мастер психологического дизайна — как называет автор рассказа мастерство общения и умения манипулировать людьми с целью личного психологического комфорта, и его ученик Юра Васильев — неуверенный в себе, застенчивый юноша, проходящий стажировку у «маэстро» и успешно усвоивший ряд приемов своего учителя, но утративший при этом часть своей непосредственности и открытости. Почувствовав негативные изменения, происходящие с ним, Юра уходит из-под опеки своего учителя. На столкновении жизненных позиций этих двух персонажей, их внутреннем споре о смысле и стиле жизни и построен рассказ.

В начальной стадии эксперимента ставилась задача выделения ХК этого произведения. С этой целью экспериментатором составлялся список суждений о жизненных ценностях, стилях поведения, по возможности максимально приближенных к проблематике рассказа и частично взятых непосредственно из суждений героев этого рассказа.

Список включал 43 утверждения типа:

Надо стремиться разгадать тайну своего «я»; Понять себя до конца невозможно; Полная жизнь дается только энергичным людям; Неудачник неспособен на яркое восприятие жизни; Любить себя — значит быть требовательным к себе; Если мне хорошо — то и другим со мной хорошо; Плохой человек может быть счастлив; Уверенность и решительность в своих поступках — вот главные черты настоящего человека; Надо принимать себя, какой ты есть; Уверен, что существует одно-единственное правильное понимание

¹ Исследование данного вопроса проводилось совместно с А. А. Прониным.

смысла жизни; Есть что-то унижительное, что молодой человек много времени посвящает самоанализу; Человек является единственным автором своей судьбы; Свобода моего «я» — лишь иллюзия. Моя жизнь подчиняется объективным законам природы и общества.

Группе читателей-испытуемых предлагалось оценить по семи-балльным шкалам степени истинности этих суждений с позиции Кирилла Евгеньевича и с позиции Юры Васильева. Сопоставление групповых профилей оценок испытуемых, данных с позиции двух ведущих персонажей, позволяет выделить содержательные пункты, по которым эти два персонажа максимально контрастируют, т. е. выделить то, что мы определили как ХК.

Факторный анализ матрицы данных, отражающей ХК рассказа (полученной вычитанием матрицы оценок, данных с позиции Юры Васильева из матрицы оценок с позиции Кирилла Евгеньевича), позволил выявить ряд содержательных блоков, в которые группируются и в рамках которых противопоставляются исходные суждения. Не приводя утверждений, входящих в каждый фактор, ограничимся только перечислением самих выделенных факторов — содержательных блоков ХК. Одни из блоков являются биполярными, другие — униполярны:

Ф₁: Познать себя до конца невозможно. — Надо стремиться разгадать тайну своего «я».

Ф₂: Счастье — имманентное состояние человека, данное ему от природы, а самоанализ или психотренинг — пустая трата времени.

Ф₃: Полный самоконтроль невозможен. — Самоконтроль возможен, если человек работает над своей волей.

Ф₄: Достичь счастья можно через самоограничение. — Счастье достигается в овладении своими способностями, в культивировании их.

Ф₅: Энергичность — необходимая черта полноценного человека.

Ф₆: Необходимо быть требовательным к себе.

Ф₇: Человек — сам хозяин своей судьбы.

Ф₈: Необходимо самосовершенствоваться. — Надо принимать себя таким, какой ты есть.

Выделенный набор факторов отражает как бы круг проблем, около которых разворачивается диалог и конфликт жизненных стилей ведущих персонажей. При этом ХК, построенный автором на языке персонажных образов, их суждений о мире, имплицитно содержится в тексте рассказа и выступает как «вещь в себе», как результат осмысления мира автором. Текст, как средство передачи мыслей автора, должен быть прочитан, и ХК должен стать из «вещи в себе» «вещью для нас». Гипотеза экспериментального исследования заключалась в предположении, что категориальная структура индивидуального сознания читателя, содержание его ЛК в ходе чтения литературного произведения трансформируются по направлению, задаваемому ХК, заложенными в нем автором.

В операциональной форме эта гипотеза выражается в том, что факторная структура семантического пространства читателя после прочтения рассказа должна стать ближе факторной структуре ХК этого рассказа, чем до его прочтения. Для проверки этой гипотезы группу испытуемых, не участвовавших в предыдущей серии, просили оценить степень истинности суждений из описанного выше списка до и после чтения рассказа. По результатам оценок испытуемых до и после прочтения рассказа проводился факторный анализ данных и строились два групповых семантических пространства, характеризующих отношение испытуемых к проблематике психотренинга до и после знакомства с рассказом. Выделенные факторные структуры семантических пространств (до и после) коррелировались соответственно с факторными структурами семантического пространства «Кирилла Евгеньевича» и «Юрия Васильева» и с факторной структурой ХК, образованного противопоставлением их жизненных позиций. Результаты корреляционного анализа показали довольно низкую взаимосвязь позиции читателей до прочтения рассказа как с позициями Кирилла Евгеньевича и Юрия Васильева, так и с содержанием ХК, заданного их противопоставлением. Отдельные значимые корреляции по ряду факторов объясняются сходством суждений испытуемых по тому или иному вопросу с тем или иным персонажем аналогично тому, как в психологии межличностного восприятия оценка точности межличностного восприятия может быть завышена за счет того, что испытуемый случайно оказался психологически близким объекту восприятия. Проецируя на него свои личностные качества, он попадает «в точку», фактически описывая себя, а не его. Корреляционные связи позиций испытуемых с позицией Кирилла Евгеньевича, Юрия Васильева и ХК, существенно возросли после прочтения рассказа, причем главным образом с факторами ХК. Последнее говорит о том, что присвоение мыслей автора идет не просто через идентификацию читателя с тем или иным персонажем и принятием точки зрения персонажа, а через усвоение ХК, заложенного автором. Продуктом понимания является не представление о том, что психотренинг — «это хорошо» или «это плохо», а принятие нового измерения, новой точки зрения по этому вопросу и увеличение многомерности осознания этой проблематики.

Компактная форма представления ХК рассказа может быть получена с помощью вторичной факторизации его первичных содержательных факторов-измерений. Такой художественный суперконструкт содержит на одном полюсе утверждения о необходимости психотренинга каждому человеку для достижения личного счастья, которым могут обладать только энергичные люди, работающие над усвоением навыков общения, и в то же время этот полюс включает утверждения, что и плохие люди могут быть счастливы, и человеку следует принимать себя таким, каков он есть. На другом полюсе суперконструкта оказываются суждения, фиксирующие бесполезность психотренинга, ущербность людей, занимающихся самоанализом, сюда же включаются утверждения об

иллюзорности свободы человека, жизнь которого определена биологическими и социальными законами, о наличии единственно правильного представления о смысле человеческой жизни и одновременно о невозможности понять себя.

Налицо, таким образом, некоторая ущербность суперконструкта как на одном, так и на другом полюсе, потенциальная возможность его развала, что в сюжетном плане реализуется как разрыв Юры Васильева с Кириллом Евгеньевичем и снос мастерской дизайнера последнего. Увлечение тренингом общения как техникой воздействия на другого человека без внутренней духовной работы над собой оказывается дорогой в никуда. Мало демонстрировать внешнюю уверенность, играя как марионетками другими людьми, для истинно духовного общения требуется глубокое внутреннее искание истины.

Рассказ ставит проблему, но не решает ее. Тем не менее его достоинство — в описании социального феномена, заключающегося в том, что голая технология «без души» может отчуждаться от человека и в гуманитарных науках.

ПСИХОСЕМАНТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ВОЗДЕЙСТВИЯ ГАЗЕТНОЙ ПУБЛИЦИСТИКИ

Предметом нашего исследования являлось влияние «печатного слова», газетной публицистики на сознание читателей, на их жизненные позиции и ценностные установки. Ставилась задача выявить как изменения категориальной структуры индивидуально-го сознания читателей, так и изменения их отношения к затронутым газетной публикацией лицам, воплощающим ту или иную жизненную позицию.

Экономическая и нравственная перестройка, осуществляемая в нашем обществе, выдвигает на передний план общественного сознания проблемы духовных ценностей, социальной справедливости, задачи формирования активной жизненной позиции членов общества, повышения общей духовной культуры. На прошедшем в марте 1987 г. съезде Союза журналистов отмечалась, в частности, необходимость в условиях общественной гласности бороться против вещизма в человеческих отношениях, узости мещанских интересов и рецидивов мелкобуржуазной частнособственнической психологии.

На страницах газеты «Правда», журналов «Коммунист» и «Вопросы философии» писали о необходимости вернуть в активный политический лексикон такие общечеловеческие понятия, как честь, порядочность, нравственность и т. п. В контексте этой проблематики нас привлекла дискуссия, развернувшаяся на страницах «Комсомольской правды», начало которой положила публикация статьи Е. Лосото «Во что рядится чванство». Поводом этой публикации послужило письмо в редакцию шестнадцатилетней школьницы Алисы, статья Е. Лосото представляет собой комментарии к этому письму. В своем письме Алиса пытается доказать, что

материально более обеспеченные дети «своих родителей», образующие своеобразную школьную элиту и в духовном плане более развиты, имеют более широкий круг интересов, пользуются большим признанием среди сверстников. В рассуждениях Алисы в перечень достоинств, которыми она обладает, попали скопом и ее японский кассетный магнитофон, и кожаное пальто, и ее увлечение поэзией, музыкой, и ее общественная работа культорга класса, и успех ее и ее столь же избранных подруг у мальчиков-одноклассников. Фактором, объединяющим столь разнородные материальные и идеальные ценности в этом перечне, выступает фактически некий ореол престижности, который переносится и на саму Алису и выделяет ее среди сереньких, неприметных, обычных школьниц, не имеющих обеспеченных родителей и обреченных, в силу этого, на прозябание, которых она называет «серыми мышами».

В комментариях к этому письму Е. Лосото рассматривает откровения Алисы через призму категории «интеллигентность», понимаемой как форма внутренней духовности, выражающейся в совестливости, чувстве сопричастности и ответственности за все происходящее в мире, и даже в некотором чувстве личной вины при столкновении с несправедливостью и неравенством. «Исходя из этого понимания и ощущения, — пишет Лосото, — интеллигентные родители никогда не предложат дочери-школьнице тысячерублевое пальто, а хорошо воспитанная девочка и сама его не оденет, чтобы не почувствовать неловкости перед подругами, да и перед учительницами тоже».

Е. Лосото справедливо видит в мировоззрении Алисы отражение барско-купеческой психологии, измеряющей достоинство человека с позиции его материального достатка и преуспевания, и призывает читателей высказать отношение к этому социальному и нравственному феномену. Письмо Алисы, комментарии к нему Е. Лосото, а также ряд писем-откликов на эту газетную публикацию послужили материалом нашего экспериментального исследования.

Испытуемым, которыми были школьники старших классов (около 100 чел.), предлагалось оценить образ Алисы после прочтения ее письма, а затем ее же образ после прочтения комментариев Е. Лосото к письму Алисы, а также образы личности ряда читателей, приславших отклики на газетную публикацию, после ознакомления испытуемых с письмами этих читателей. Сопоставление оценок образа Алисы до и после прочтения комментариев Е. Лосото позволяет выделить изменение системы личностных конструктов (ЛК) испытуемых, вызванное воздействием «печатного слова», а анализ оценок образов читателей-дискутантов — выявить отношение наших испытуемых к тому или иному мировоззрению, которое персонифицируют эти образы. Наряду с образами Алисы и образами читателей, приславших свой отклик на публикацию «Во что рядится чванство», в качестве объектов шкалирования испытуемым предлагалось оценить образы: «хорошего учителя», «плохого учителя», образы «отца», «матери»

и, наконец, образ «самого себя». Наличие этих ролевых позиций позволяет как бы промаркировать семантическое пространство, задав эталоны «значимых других» и определить (через сопоставление их с ролевой позицией «я сам») характер идентификаций испытуемых.

Оценки личности этих персонажей проводились испытуемыми по 65 семибалльным (от 3 до —3) однополюсным шкалам, описывающим ряд личностных качеств типа: добрый, выскочка, наивный, неуверенный в себе, элитарный, хорошо понимающий позицию другого человека, сильная личность, равнодушный, имеет свои идеалы, свою жизненную позицию, поет с чужого голоса, справедливый, независимый и т. д. В качестве одной из шкал было введено определение из лексики письма Алисы — «серая мышь».

Если сравнивать образы Алисы до и после комментариев Е. Лосото непосредственно по «сырым» шкальным оценкам, данным группой испытуемых, то образ Алисы претерпел заметные изменения в сторону меньшей «доброты», «честности», «открытости» и «обаятельности». Она стала восприниматься и менее «сильной личностью», менее «независимой в своих суждениях», с «более узким кругозором». Однако степень легкомысленности Алисы заметно уменьшилась и возросла оценка ее расчетливости. Очевидно, срабатывает эффект достойного противника (Е. Лосото), оппозиция с которым увеличивает «зловредность» оппонента. Обращение к письму Алисы и полемика с ним авторитетного взрослого (журналиста) переводит ее из позиции «легкомысленной девочки» в позицию носителя чужого мировоззрения.

Рассмотрим изменение ЛК испытуемых при оценке образа Алисы, полученных до и после прочтения комментариев Е. Лосото. Напомним, что имеющийся по результатам эксперимента куб (вернее, параллелепипед) данных (шкалы $\times$ персонажи $\times$ испытуемые) для проведения факторно-аналитической обработки допускает три возможных сечения для получения двухмерных матриц: шкалы $\times$ испытуемые, при единичном объекте анализа; шкалы $\times$ объекты, для результатов одного испытуемого или суммарной, групповой матрицы испытуемых; объекты $\times$ испытуемые, применительно к одной шкале оценивания. Нас в данном случае интересует характер изменения ЛК испытуемых при оценке образа Алисы, поэтому мы рассмотрим первоначально два семантических пространства «Алиса 1» (до прочтения комментариев Е. Лосото) и семантическое пространство «Алиса 2» (после прочтения), для построения которых делается срез данных (шкалы $\times$ испытуемых) относительно единичного объекта.

Анализ факторной структуры этих пространств позволяет выделить систему ЛК испытуемых, их эталоны и мерки оценивания, оставляя пока в стороне оценки самого образа Алисы. В результате построения семантического пространства «Алиса 1» было выделено 5 факторов, объясняющих соответственно 13 %; 11,9 %; 11,4 %; 8,5 %; 6,9 % общей дисперсии.

Первый фактор был задан оппозицией качеств: честный, открытый, работающий, справедливый и т. п., с одной стороны, и лживый, равнодушный, нахальный, маменькин сынок — с другой. Налицо явный фактор «оценки».

Второй фактор включал качества: гордый, расчетливый, самоуверенный, себе на уме, ненадежный товарищ — на одном полюсе и энтузиаст, неуверенный в себе, нудный, «свой парень» — на другом полюсе. Этот конструкт можно интерпретировать как «уверенный в себе эгоизм» в оппозиции к «неуверенному скучному коллективизму».

Третий фактор — униполярный включал качества: забитый, наивный, ябеда, имеет узкий кругозор, хорошо понимает позицию другого человека, серая мышь.

Четвертый фактор, заданный оппозицией качеств: умный, тонкий, обаятельный, с одной стороны, и смелый, карьерист, решительный, с другой, описывает, очевидно, человека внутренней духовной активности и человека внешнего действия, с несколько негативным оттенком.

Пятый фактор: карьерист, элитарный, хипповый, веселый, признает в жизни только материальную выгоду в оппозиции к — альтруист, больше всего в жизни ценит человеческие отношения, озабочен судьбой человечества, самоотверженный — описывает эгоистическую и альтруистическую позицию в жизни и дает небольшую корреляцию с первым фактором «оценки».

Рассматривая содержание ЛК испытуемых, можно отметить, что при наличии в целом негативного отношения к Алисе, испытуемые в своей конструктивной системе оказались несколько индуцированными ее эталонами оценивания. Это проявилось, в частности, в наличии своеобразного конструкта «гордый, уверенный в себе эгоизм» в оппозиции к «неуверенному в себе, скучному коллективизму», а также в том, что качество «способность хорошо понимать другого человека» и образ «серой мыши», хотя и с небольшими факторными нагрузками, попали в один блок с качествами «имеет узкий кругозор», «наивный, забитый, ябеда» и т. д.

Факторная структура семантического пространства «Алиса 2» демонстрирует изменение системы личностных конструктов испытуемых под влиянием комментариев журналиста Е. Лосото.

Первый фактор здесь — «альтруистическая/эгоистическая жизненная позиция» (13 % общей дисперсии); что означает увеличение субъективной значимости этого измерения, с некоторым изменением по содержанию. Так, к качествам «альтруист, озабочен судьбой человечества, больше всего в жизни ценит человеческие отношения» добавились характеристики «хорошо понимает позицию другого человека, серая мышь, живет интересной духовной жизнью», а антонимичный полюс включил наряду с самоуверенностью и признанием материальной выгоды узость кругозора, ненадежность как товарища. Т. е., полюс альтруизма как бы более одухотворился, стал более интересным, а «серая мышь» попала в альтруисты.

Второй фактор (10 % общей дисперсии) описывает устойчивость, силу личности в оппозиции к конформизму, неустойчивости. В него вошли качества: прямой, решительный, смелый, опытный, имеет свои жизненные позиции, деловой, умный, элитарный — в оппозиции к: флюгер, легкомысленный, плывет в жизни по течению, рубаха-парень.

Третий фактор (9 % общей дисперсии) является аналогом фактора «Оценки» семантического пространства «Алиса 1» и включает качества: честный, открытый, независимый, справедливый — в оппозиции к: лживый, равнодушный, лицемерный, поет с чужого голоса.

Четвертый фактор — униполярный — (8 % общей дисперсии) также повторяет один из факторов семантического пространства «Алиса 1» и включает качества: забитый, наивный, ябеда, нудный, — но уже без определения «серая мышь».

Пятый фактор (7,5 % общей дисперсии) включает качества: выскочка, трепач, расчетливый — в оппозиции к: сильная личность, обаятельный, сильный и умный. Очевидно, это одно из отщеплений фактора «оценки» в контексте «сильный и добрый» в противопоставлении «слабому и плохому».

Сопоставление факторной структуры семантических пространств «Алиса 1» и «Алиса 2» показывает, что эффект воздействия комментариев журналиста Е. Лосото на систему ЛК испытуемых-школьников выразился в увеличении значимости качеств, связанных со способностью стать на позицию другого человека, проявлять к нему альтруизм, быть озабоченным общечеловеческими проблемами, иметь устойчивую жизненную позицию. Ряд конструкторов как бы кристаллизуются вокруг этих пунктов. Альтруистическая позиция стала больше ассоциироваться с богатством внутреннего мира и интересной событийной жизнью.

Рассмотрим теперь размещение в семантическом пространстве образов «Алиса 1» и «Алиса 2», отражающее отношение испытуемых к этим «имэджам» и ряду персонажей и ролевых позиций, описанных выше.

Недостатком семантических пространств, построенных для одного объекта (испытываемых шкалы), является то, что оценки по ним нельзя непосредственно сопоставить, сведя их в едином пространстве в силу того, что они имеют несовпадающие полностью по содержанию факторы или же вообще различные факторы, содержание которых зависит от восприятия испытуемыми данного объекта. Различные объекты могут провоцировать и различные эталоны, мерки оценивания. Это же является, в частности, недостатком методики Г. Келли, позволяющей сопоставлять семантические пространства отдельных испытуемых только по параметру когнитивной сложности в силу того что содержание выделяемых факторов варьируется [Kelly 1963]. Поэтому для размещения в едином семантическом пространстве образов «Алиса 1» и «Алиса 2», образов отца, матери, хорошего и плохого учителя, образа самого себя, а также ряда образов читателей, приславших

отклики на газетную статью, с полным текстом писем которых наши испытуемые имели возможность ознакомиться, процедуре факторного анализа подвергалась групповая матрица оценок испытуемых (персонажи х шкалы). Перечислим персонажи-объекты шкалирования, сопровождая их краткими выдержками из писем-откликов, характеризующих позицию этих читателей:

№ 1. «Алиса 1» — образ Алисы до прочтения испытуемыми комментариев Е. Лосото.

№ 2. «Алиса 2» — образ Алисы после прочтения испытуемыми комментариев Е. Лосото.

№ 3. Читатель Мошкин, директор сельской школы: «Я проработал в школе 39 лет, учителем, завучем, директором. И я категорически отрицаю мысль, что успеваемость зависит от материальной обеспеченности. Эти девушки поставили себя вне коллектива, над коллективом, и это очень печально. Глубокий эгоизм их ослепил».

№ 4. Женя Маркова, студентка: «Класс наш был разбит на „элиту“, „мышей“ и „флюгеров“, т. е. тех, кто поворачивался туда, куда ветер дует. В „элите“ были те, у кого родители могли правдами и неправдами „зашибать деньгу“. Мы, „мышки“, не имели японских магнитофонов, французских платьев и ослепительных перстней. Зато мы были настоящими друзьями и не прощали „элите“ ни одного оскорбления нашего достоинства... Учеба, между прочим, в очень прямой зависимости от достатка семьи. Не каждый может себе позволить подарить учителю 8-го Марта флакон французских духов или среди зимы букетище роз. А во многих школах именно это играет большую роль при выставлении оценок».

№ 5. Елена Попова, 16 лет, школьница: «Я расту в обеспеченной семье, мой папа — военнослужащий, мама — врач. Никогда в своей жизни мама ничего не позволяла дарить себе людям, которые ей действительно были благодарны, ведь многим она не только вернула здоровье, но и спасла жизнь. Зато в праздники у нас всегда почтовый ящик забит поздравительными открытками. Да, у меня тоже есть магнитофон, библиотека и джинсы. Но в школу я хожу в обычной форме, в скромных туфлях... По-моему, уверенность в себе Алисы и ей подобных идет от атмосферы школы, в которой она учится».

№ 6. Икс, Игрек, 16 лет, школьники: «Мы не согласны как с позицией Алисы, так и с позицией автора статьи. По нашему мнению, смехотворны обе позиции. Как показывает наш опыт, наблюдение, интеллектуальное развитие личности в незначительной степени зависит от всех социальных влияний, а обусловлено генетическими факторами. Значительную часть свободного времени мы посвящаем изучению наиболее интеллектуально емких наук: физике и математике... Разговоры «Алис» о Большом театре, престижных дисках является свидетельством интеллектуальной неразвитости. Не менее глупы разговоры «сереньких мышек»... По нашему мнению, как одни, так и другие — одинаково неполноценные слои молодежи... Они стремятся обладать одеждой, обувью, хрусталем, мебелью и т. д. Но мы никогда не слышали, чтобы кто-то из них стремился достать микрокалькулятор нового

поколения. В заключение — пожелание автору: не писать об интеллигентности, а писать об интеллектуальности».

№ 7. — Читательница М., студентка: «Я понимаю Алису, нечего винить ее. Правильно, девочка, пользуйся всем, что у тебя есть. Если ты имеешь джинсы, модные вещи, импортную обувь — ты на коне. Ты независима, горда, неприступна, интересна для мальчиков (думаю, ты выбираешь их по себе?), даже не обладая умом и привлекательной мордашкой. Успех тебе обеспечен. По себе знаю: муж красавчик, с сундуками добра, родители пробивные, могут что угодно достать, устроить, друзья — лапоньки, умницы, с машинами, подруги — милашки, с золотом и тряпками».

№ 8. Татьяна Борисова, 16 лет: «Я сталкивалась в жизни с такими людьми, как Алиса, и научилась их ненавидеть. Позицию ее я поняла: раз ты не ешь каждый день черную икру, не имеешь набора фирменной обуви и остального фирменного барахла, то ты ничего не понимаешь в Моцарте и Бетховене и должна плохо учиться, а лишь трепаться о том, где, кто, чего достал, и о том, кто с кем гуляет, одним словом, эти „серые мыши“ — ничто по сравнению с Алисой».

№ 9. Елена Семенова, студентка: «В вашей полемической статье есть ссылка на то, что интеллигенция XIX в. была совестью своего общества, стеснялась лучшей жизни, чем другие. Да, действительно, Л. Н. Толстой тяготился своим дворянским происхождением, старался жить скромно и одновременно страдал от того, что запрещал себе наслаждаться по вечерам музыкой, которая была недоступна простому народу. Итак, что я имею, впитав в себя лучшие традиции интеллигенции XIX в.? Мне стыдно быть счастливой, довольной, лучшей. Мне в тягость благополучие, успех. Мы привыкли не обращать внимания на красивое и удобное, приучены вести скромный образ жизни, черпая примеры из литературы XIX в. Мы не научены распоряжаться личным богатством... Возникает вопрос: для кого же создаются новые модели одежды, обуви, красивые гарнитуры мебели? Ведь и для меня тоже... Вспоминается фильм, где женщина не в состоянии перенести зажиточную жизнь и сжигает машину своего мужа. Вот «достойный» пример подражания? В другом фильме юная героиня, неожиданно-негаданно ставшая богатой наследницей, от радости пляшет, когда воры подчистую уносят из ее квартиры все произведения искусства. Да, этак мы далеко не уедем...»

№ 10. Ролевая позиция: я сам или я сама.

№ 11. Ролевая позиция: моя мать.

№ 12. Ролевая позиция: мой отец.

№ 13. Ролевая позиция: хороший учитель.

№ 14. Ролевая позиция: плохой учитель.

Оценки 14 персонажей по 65 шкалам подвергались процедуре факторного анализа с целью построения семантического пространства и размещения в его рамках этих образов. В результате обработки данных было выделено 3 значимых фактора. Первый оценочный фактор (44 %) был представлен шкалами:

честный, справедливый, открытый, независимый, умный, добрый, прямой, трезвомыслящий, озабочен судьбой человечества, справедливый, хорошо понимает другого человека — на одном полюсе фактора; и качества: подлый, себе на уме, имеет узкий кругозор, признает в жизни только материальную выгоду, нахальный, равнодушный, поет с чужого голоса — на другом полюсе шкалы.

Второй фактор (31 %), интерпретированный как «сила личности», включает шкалы: гордый, деловой, самоотверженный, сильная личность, решительный, самоуверенный — в оппозиции к: забитый, ябеда, зануда, наивный, флюгер.

Размещение 14 персонажей в семантическом пространстве первых двух факторов (фактора «оценки» и фактора «силы личности») дает следующую картину.

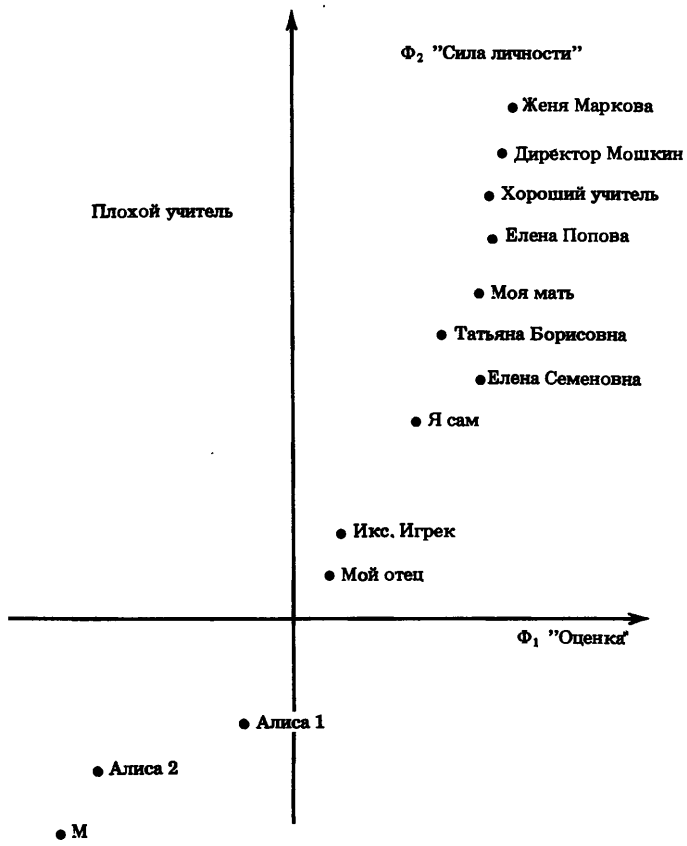


Рис. 4. Размещение в семантическом пространстве личностных качеств (Φ_1 Φ_2) 14 персонажей экспериментального исследования газетной публикации «Во что рядится чванство».

Высокий коэффициент корреляции первого и второго фактора (0,7) приводит к почти линейной взаимосвязи этих параметров, и чем более положительным воспринимается персонаж, тем и каче-

ства более сильной личности ему приписываются, и наоборот, чем более сильной личностью воспринимается человек, тем более положительные оценки дают ему испытуемые. Из данной закономерности выпадает только образ «плохого учителя», оцененный испытуемыми как достаточно сильная личность, очевидно, в силу переноса на личностные качества авторитетности его социальной роли. Среди анализируемых персонажей наиболее сильными и положительными личностями воспринимались испытуемыми Женя Маркова, директор школы Мошкин и образ «хорошего учителя». В качестве плохих и слабых людей наши испытуемые оценили «читательницу М.» и Алису.

Представляет интерес значительное различие по силе личности между образами матери и отца. Факт того, что среднегрупповой образ матери сильнее по характеру образа отца, свидетельствует, что феминизация или утрата авторитетности мужчин и маскулинизация женщин, которые обычно приписывают молодежи, отнюдь не является их особой привилегией, а присуща и более зрелому поколению. Небольшая выборка наших испытуемых не позволяет, конечно, генерализовать эти результаты на достаточно широкую популяцию нашей культуры, но факт утраты образа «сильного отца», с которым возможна идентификация подрастающего и мужающего юного поколения, настораживает и требует особого изучения.

Интересный парадокс дает размещение персонажей по оси третьего фактора (17 %), названного нами фактором «серой мыши» и включающего, помимо этой характеристики (выраженной с максимальным весом) качества: неуверенный в себе, зануда, неспособен понять позицию другого человека, — данных в оппозиции к характеристике: живет интересной насыщенной жизнью. Персонажами, получившими наибольшую нагрузку по этому фактору, оказались. . . сама Алиса и читательница М., поддерживающая ее позицию.

Произошел эффект своеобразного бумеранга, и Алисе, выступившей с высокомерной критикой образа «серых мышек» читатели приписали те самые качества, которые она отнесла к своему воображаемому оппоненту. Этот эффект является, очевидно, достаточно универсальным и проявляется как в сфере межличностного восприятия, так и в области массовых коммуникаций, может быть отнесен к закономерности, описанной А. П. Назаретяном как склонности стереотипов к «перевертышам». А. П. Назаретян полагает, что «если личности в целом присуща достаточно высокая когнитивная сложность, стереотип, включаясь в более интенсивный поток внутренней коммуникации и встраиваясь в насыщенное богатыми связями семантическое окружение, разрушается: в него проникают новые элементы, внутренние связи становятся многомернее, и человек начинает видеть объект более объемно, сложно, противоречиво. Иначе ведет себя стереотип в рамках когнитивно бедного образа мира: исчерпав прочие механизмы защиты, но оставаясь сверхпрочным образованием, стереотип в фокусе сознания не разрушается, а переворачивается, сохраняя за счет этого свою целостность. Иными

словами, человек не перестает видеть объект стереотипно, уплощенно, а только меняет эмоционально-оценочную окраску образа на противоположный знак» [1986, 111]. В нашем случае, если для семантического пространства «Алиса 2», под влиянием комментариев журналиста произошло как частичное размышление стереотипа «серой мыши», используемого как эталон в межличностном оценивании, и главным образом смена его эмоционально-оценочного знака (характеристика «серая мышь» попала в окружение качеств: альтруист, хорошо понимает позицию другого человека, живет интересной жизнью), то применительно к более общему семантическому пространству 14 персонажей данный стереотип оказался в целом неизменным, получив другую адресацию приложения (к образу Алисы и ее единомышленников).

Идеологический эффект речевого (коммуникативного) воздействия, по-видимому, имеет достаточно сложную динамику при генерализации от частного к общему. Сопоставляя семантическое пространство, построенное для группы в 14 персонажей с семантическими пространствами единичных объектов оценивания — «Алиса 1» и «Алиса 2», можно отметить меньшую размерность «группового» пространства и более коннотативный оценочный нормативный характер его организации. Сцепление, группировка качеств в фактор обусловлена не логикой их объединения в рамках типажного образа (денотативной компонентой), а коннотативной, оценочной компонентой содержания шкал. Например, на отрицательный полюс первого оценочного фактора попали такие достаточно противоположные, но равно негативные качества, как: расчетливый и легкомысленный, равнодушный и выскочка и т. п.

Дело, очевидно, в том, что при шкалировании, описании единичного объекта шкалы «склеиваются», объединяются в более емкие категории — факторы на основе структуры представления субъекта об этом объекте. Происходит взаимодействие содержания шкалы и содержания оцениваемого объекта. Как пишет Ч. Осгуд, каждое понятие имеет тенденцию производить поворот шкал в семантическом пространстве по отношению к своим собственным характеристическим свойствам [Osgood 1962]. Например, для понятия «тяжелая атлетика» шкала «хорошие—плохие» будет стремиться к возрастающей корреляции со шкалой «сильный—слабый» и к уменьшающейся корреляции со шкалой «добрый—злой». Очевидно, также шкалы «напряженный—расслабленный» и «быстрый—медленный», входящие в осгудовский коннотативный фактор «активности» образуют для данного понятия отрицательную корреляцию и могут привести вкупе с другими шкалами к расщеплению фактора «активности» на факторы «динамической» и «статической напряженности».

По данным В. И. Викторова, коэффициенты корреляции между парой шкал могут меняться в зависимости от шкалируемого понятия в диапазоне от 0,6 до —0,6, задавая широкий спектр возможных группировок шкал в факторы [1982]. Таким образом, семантическое пространство, построенное для единичного объекта, имеет, как

правило, более денотативный (предметный) характер, отражая знания субъекта по поводу этого объекта, его систему личностных конструкторов, образующих структуру представлений субъекта по поводу объекта.

При построении семантического пространства для группы объектов взаимодействие шкалы и оцениваемых объектов может иметь разнонаправленный характер, и повороты вектора, соответствующего шкалеизмерению взаимно нивелируются (поэтому более тонкие когнитивные конструкторы могут не проявиться) и в качестве оснований категоризации — осей семантического пространства — выступают более глобальные коннотативные факторы. На мерность семантического пространства влияет и когнитивная сложность испытуемых, которая у наших испытуемых применительно к данной задаче оказалась невысока.

Категориальные перестройки сознания реципиентов (испытуемых) под влиянием комментариев журналиста оказались более значительными применительно к восприятию образа Алисы (семантическое пространство «Алиса 2») и ее антагониста «серой мыши». Например, характеристика «серая мышь», входившая в семантическом пространстве «Алиса 1» (до прочтения комментариев Е. Лосото) в окружение качеств: наивный, забитый, ябеда — вошла в одну группировку в семантическом пространстве «Алиса 2» (после прочтения комментариев) с качествами: альтруист, хорошо понимает другого человека, живет насыщенной внутренней жизнью. В семантическом пространстве, построенном для 14 персонажей, характеристика «серая мышь» не попала в столь благоприятное окружение, а отщепилась совместно с качеством «неуверенный, зануда» в самостоятельный фактор. Т. е. категориальные установки применительно к множественному классу объектов, событий, явлений, очевидно, более инерционны и устойчивы. Можно полагать, что эффект идеологического воздействия в плане изменения категориальной структуры восприятия проявляется первоначально на единичных объектах, которые, входя в более широкий класс родственных объектов, несколько перестраивают общую категоризацию, структуру восприятия этой содержательной области. Например, применительно к негативным этническим стереотипам благоприятное представление об одном из представителей этого этноса не разрушает сразу сложившуюся структуру категоризации этого этноса, а, проявляясь в отщеплении ряда личностных качеств, присущих этому представителю национальной культуры, от глобальных факторов-измерений и тем самым увеличивая когнитивную сложность субъектов оценивания, подготавливает основание для такой перестройки.

Нам представляется перспективным исследование взаимосвязи и взаимопереходов от семантических пространств, построенных для единичных объектов, к семантическим пространствам неких содержательных классов, выступающее как исследование диалектики единичного и общего, и раскрывающееся как движение от осознания единичных событий в жизни к формированию мировоззрения. При этом мы, конечно, понимаем всю сложность этой проблематики и то,

что только подходим к формированию научной парадигмы в рамках такого направления, требующей разработки более сложных и многомерных моделей.

Литература

- Артемов В. Л. Правда о неправде. Минск, 1985.
- Бахтин М. М. Проблемы поэтики Достоевского. М., 1979.
- Бежин Л. Мастер дизайна. / Новый мир, 1980, № 5.
- Верещагин Е. М., Костомаров В. Г. Язык и культура: Лингвострановедение в преподавании русского языка как иностранного. М., 1976.
- Викторов В. И. Исследование устойчивости канонической факторной структуры семантического дифференциала и ее теоретическая интерпретация. Дис... канд. психол. наук. Л., 1982.
- Дридзе Т. М. Текстовая деятельность в структуре социальной коммуникации. М., 1984.
- Жинкин Н. М. Речь как проводник информации. М., 1982.
- Зимняя И. А. Психологические аспекты обучения говорению на иностранном языке. М., 1978.
- Круусвалл Ю. О. О надежности методики семантического дифференциала // Человек. Среда. Пространство. Тарту, 1979.
- Леонтьев А. А. Психология общения. Тарту, 1974.
- Леонтьев А. Н. Потребности. Мотивы. Эмоции. М., 1971.
- Назаретян А. П. Влияние психологического анализа пропаганды на становление целевого подхода в теории коммуникации // Вопр. психологии, 1979. № 6.
- Назаретян А. П. О месте социально-психологических законов в системе законов материалистического обществоведения // Психол. журнал. 1981. Т. 2, № 6.
- Назаретян А. П. Социальные стереотипы в информационно-смысловой системе личности. Материалы Всесоюзного симпозиума «Актуальные проблемы социальной психологии». Кострома, 1986. Ч. 1.
- Налимов В. В. Вероятностная модель языка. М., 1979.
- Основы теории речевой деятельности / Под ред. А. А. Леонтьева. М., 1974.
- Петренко В. Ф. Введение в экспериментальную психосемантику: исследование форм репрезентации в обыденном сознании. М., 1983.
- Петренко В. Ф. Семантический анализ профессиональных стереотипов // Вопр. психологии, 1986, № 3.
- Петренко В. Ф., Кучеренко В. В., Нистратов А. А. Влияние аффекта на семантическую организацию значений // Текст как психолингвистическая реальность. М., 1982.
- Проблемы организации речевого общения // Под ред. Е. Ф. Тарасова М., 1981.
- Руководство по психотерапии // Под ред. В. Е. Рожнова Ташкент, 1979.
- Смысловое восприятие речевого сообщения // Под ред. Т. М. Дридзе, А. А. Леонтьева М., 1976.
- Сорокин Ю. А., Тарасов Е. Ф., Шахнарович А. М. Теоретические и прикладные проблемы речевого общения. М., 1979.
- Теоретические и прикладные проблемы речевого общения. М., 1979.
- Феофанов А. Н. США» реклама и общество. М., 1974.
- Харман Г. Современный факторный анализ. М., 1972.
- Шерковин Ю. А. Психологические проблемы массовых информационных процессов. М., 1973.
- Школьник Л. С. Речевое воздействие: основные проблемы и исследования // Проблемы организации речевого общения. М., 1981.
- Шмелев А. Г. Об устойчивости факторной структуры личностного семантического дифференциала // Вестн. МГУ. Сер. 14. Психология, I, 1982, № 2.
- Hamilton N. W., Deese J. Does Linguistic Marking Have a Psychological correlate // J. of Verbal learning and verbal Behavior, 1971. Vol. 10.
- Kelly G. A. A theory of personality. The psychology of personol constructs. N. Y., 1963.
- Miller G. A. Empirical methods of the study of semantics // Semantic. Cambridge, 1971.
- Osgood Ch. Studes on Generality of affective meaning system Amer. Psychol. ., 1962. Vol. 17.

Эффективность коммуникативного воздействия (ЭКВ) обеспечивается реальным соответствием цели этого воздействия, сформулированной коммуникатором и выраженной в воздействии, и результата воздействия. При этом, цель воздействия определяется как соответствующая организация деятельности человека — объекта или группы — объекта воздействия, а результат воздействия — как реально достигнутое в процессе воздействия изменение деятельности объекта воздействия. Мера совпадения того и другого и есть мера эффективности воздействия.

В целом эти два аспекта проблемы реализуют общую исходную идею: всякое коммуникативное воздействие (КВ) эффективно, если устанавливается психологический контакт между коммуникатором и реципиентом. Состояние контакта может быть различным: в одних случаях реципиент понимает то, что от него нужно коммуникатору, так, как этого хочет коммуникатор; в других случаях он осмысливает ситуацию своей деятельности с точки зрения воздействия и, следовательно, коммуникатора, принимая результаты такого осмысливания как свои собственные цели деятельности; наконец, в третьих случаях, не осознавая воздействие на себя именно в качестве воздействия реципиент, тем не менее, меняет свою деятельность, формирует новые мотивы и цели в плане, необходимом коммуникатору. В последнем случае мы имеем дело со скрытым воздействием, при котором коммуникатор принимает специальные меры по коммуникативной маскировке целей и ситуации воздействия, имеющей своей задачей блокирование самих возможностей осознать реципиентом цели и ситуацию воздействия именно как воздействия.

Состоянием, противоположным состоянию контакта, будет состояние наличия психологического барьера между коммуникатором и реципиентом. Такое отношение возникает в случае неэффективности КВ, иначе говоря, когда реципиент не понимает коммуникатора, не принимает цели коммуникатора как свои собственные, не осмысливает ситуацию своей деятельности, как нужно коммуникатору, и не формирует те мотивы и цели своей деятельности, которые планируются коммуникатором. При этом случай, когда реципиент не может отразить, осознать цели коммуникатора и содержание воздействия в силу особенностей своего развития в общении, является простейшим и сравнительно редким случаем психологического барьера. Более сложный, чаще встречающийся и в целом гораздо более интересный случай барьера возникает тогда, когда реципиент, понимая коммуникатора, прекрасно разбираясь в ситуации и содержании воздействия, не желает выступать в роли реципиента этого воздействия и тем самым становится участником коммуникативного взаимодействия. Данный случай психологического барьера показывает, что проблема эффективности КВ должна быть поставлена и в ином плане.

Идея такой постановки вытекает из предположения, согласно которому сама ситуация КВ реализует отношение коммуникатора и реципиента с точки зрения, более широкого социального контекста отношений, воздействий и взаимодействий, выходящего за рамки данного воздействия, но в то же время объясняющего это воздействие в аспекте тех причин, по которым участники общения принимают на себя роли коммуникатора и реципиента.

В роли такого контекста, на наш взгляд, выступают те особые отношения между коммуникатором и реципиентом, согласно которым коммуникатор — это субъект, для которого существенные необходимые условия деятельности вне ситуации воздействия должны быть созданы другим субъектом, побуждаемым к этому коммуникатором и становящимся тем самым реципиентом в рамках данного воздействия. Соответственно положение реципиента КВ означает, что такой зависимости его от коммуникатора не наблюдается; ситуация же взаимодействия наблюдается, когда оба участника общения нуждаются друг в друге в том плане, что создают друг для друга необходимые существенные условия деятельности партнера взаимодействия вне ситуации самого взаимодействия.

Проанализируем данную идею подробнее. В психологии общения и психолингвистике закрепилось мнение, согласно которому коммуникатор — это тот участник общения, который инициирует общение, направляет его, оказывает воздействие на другого участника общения — реципиента, отличающегося определенной пассивностью. При этом как-то упускается из виду, что сама активность коммуникатора — это проявление его обратной зависимости от реципиента, точнее говоря, от каких-то будущих продуктов деятельности реципиента вне ситуации воздействия, которые в качестве существенных необходимых условий будут определять саму возможность возникновения и процесс протекания деятельности коммуникатора опять-таки вне ситуации воздействия. С другой стороны, пассивность реципиента в процессе воздействия оборачивается его независимостью от будущих продуктов деятельности коммуникатора, а взаимная активность участников взаимодействия есть в таком случае проявление взаимной зависимости друг друга от продуктов будущей деятельности друг друга вне ситуации взаимодействия.

Таким образом, возможности техники деятельности и действия общения по изменению поля знаний, значений или смыслов реципиента [Леонтьев 1974б] сильно ограничены тем пониманием существенных необходимых условий своей деятельности, которое имеют участники общения, осознанием зависимости друг от друга в этом плане и полностью проявляются только в том случае, при котором реципиент не имеет никакого представления о роли продуктов своей будущей деятельности в будущей деятельности коммуникатора. Другими словами, все разработки проблемы КВ, которые сделаны на основе классического принципа советской психологии — принципа деятельности, описывают только одну

типическую ситуацию воздействия. Это ситуация, в которой коммуникатор имеет полное и хорошо осознанное представление о потребностной модели своей будущей деятельности, о роли того, кто в рамках воздействия выступает в виде реципиента, в осуществлении этой деятельности. Реципиент же, напротив, не имеет никакого представления о потребностной модели будущей деятельности коммуникатора, о своем месте и месте своей деятельности в этой модели и, следовательно, становится полностью подвержен техническому эффекту воздействия по изменению своей деятельности как результату воздействия.

В случае же возникновения хотя бы самых начальных примитивных представлений, ожиданий, переживаний реципиента относительно будущей деятельности коммуникатора, вся картина воздействия начинает существенно видоизменяться по сравнению с ситуацией чисто деятельностного воздействия, начинает приобретать характер ситуации взаимодействия.

Суть же коммуникативного взаимодействия проявляется во взаимном полагании целей участниками общения.

Высший уровень ЭКВ на реципиента в таком случае заключается в том, что полагание будущих целей реципиента коммуникатором в процессе воздействия становится единственным источником целеобразования реципиента в этой деятельности. Определить, как можно достигнуть этого уровня эффективности, фактически означает ответить на вопрос о том, по каким причинам и в каких условиях КВ становится таким единственным источником целеобразования реципиента. (При этом, естественно, мы сразу отбрасываем те случаи, в которых реципиент не может понять, что от него нужно коммуникатору в плане потребностного будущего их обоих.)

Для того, чтобы ответить на этот вопрос, необходимо прежде всего сравнить изложенные выше идеи с традиционной для советской психологии постановкой проблемы целеобразования. Анализ литературы показывает, что эта проблема двухаспектна.

Во-первых, она ставится как проблема смыслообразующих функций мотива деятельности в качестве опредмеченной потребности. Определенная потребность, став мотивом, выступает как побудитель и направляющий фактор определенной деятельности в целом. Предполагается, что в определенных ситуациях цель действия может приобретать самостоятельную от мотива побудительную, направляющую и смыслообразующую функцию, становится тем самым мотивом — целью и образовывать в таком качестве новую деятельность.

Во-вторых, предполагается, что всякая деятельность мотивируется некоторой общей целью, которая выступает как отражение конечных продуктов этой деятельности с точки зрения наличных условий их получения. Эта общая цель (цель — идеал [Трубников 1968]) порождает конкретные цели реализации, претворение которых в жизнь в их системном отношении между собой и приводит в результате к достижению общей цели.

В терминах первой постановки проблемы можно сказать, что высший уровень ЭКВ на реципиента проявляется в том, что содержание этого воздействия, т. е., иначе говоря, потребностная модель будущей деятельности реципиента, которую коммуникатор пытается внедрить в психику реципиента, начинает опредмечивать те потребности реципиента, которые возникают после окончания воздействия. Она начинает в таком качестве побуждать, направлять и смыслообразовывать конкретные цели действий реципиента, приводя в итоге к созданию таких продуктов деятельности, которые планировались коммуникатором как существенные необходимые условия своей деятельности.

В рамках другой постановки проблемы можно сказать, что высший уровень ЭКВ на реципиента достигается тогда, когда содержание этого воздействия становится общей целью деятельности реципиента, усваивается в таком качестве реципиентом, начинает порождать цели реализации, претворение которых в жизнь в деятельности реципиента вне ситуации воздействия и порождает продукты деятельности, необходимые коммуникатору в качестве существенных условий его (коммуникатора) будущей деятельности.

В обоих случаях, как видим, речь идет именно о полагании целей реципиента коммуникатором в процессе воздействия как единственным источнике целеобразования реципиента в той будущей его деятельности, продукты которой необходимы коммуникатору. Именно в этом качестве КВ на данного реципиента фактически становится одним из существенных необходимых условий будущей деятельности коммуникатора по использованию продуктов будущей деятельности реципиента. Само воздействие, таким образом, приобретает статус действия, с которого или, иначе, в форме которого начинается эта деятельность коммуникатора.

Проблема существенных необходимых условий деятельности коммуникатора в данном случае ставится иначе, чем проблема условий в теории деятельности в советской психологии. Как известно [Леонтьев А. Н. 1975], эта проблема в теории деятельности ставится как проблема операциональных условий деятельности, не требующих специального целеобразования и детерминирующих форму реализации цели действия в наличных условиях. В нашем же случае эти условия требуют своего создания как существенные необходимые условия деятельности коммуникатора. Следовательно, они должны создаваться либо в виде специального действия коммуникатора, либо в виде деятельности, осуществляющейся через воздействие на реципиента, через управление таким образом целеобразованием реципиента вне ситуации воздействия.

Такие подспудные цели действий коммуникатора или предмет его деятельности становятся в общем случае понятными реципиенту только при наличии у последнего достаточно отчетливого представления о своей роли и роли своей возможной деятельности вне ситуации воздействия в аналогичной деятельности коммуникатора. Поэтому для успешности воздействия коммуникатор обязан

постоянно считаться с возможностями возникновения таких представлений у реципиента и, осуществляя воздействие, принимать специальные меры, как правило, коммуникативного же характера для того, чтобы управлять процессом их формирования.

В целом удается сформулировать другое понимание существенных необходимых условий деятельности коммуникатора. В качестве такого условия здесь выступает управление коммуникатором в процессе воздействия осознанием реципиентом ситуации своей будущей возможной деятельности с точки зрения коммуникатора; программирование на этой основе целеобразования реципиента так, чтобы в конкретных будущих целях реципиента была постоянно задействована в той или иной форме мысль о коммуникаторе и его деятельности как основная составляющая целевых образов реципиента.

Здесь возможен и другой случай. Это случай, при котором коммуникатор, управляя процессом осознания реципиентом ситуации его (реципиента) будущей деятельности и программируя тем самым целеобразование реципиента, всячески маскирует это свое управление, создавая у реципиента впечатление того, что цели его образуются вне всякого участия коммуникатора, следовательно, продукты деятельности, создаваемые реципиентом в таком случае, есть существенные необходимые условия деятельности самого реципиента, а коммуникатор тем самым независим от этой деятельности реципиента.

Таким образом, мы имеем две различные стратегии коммуникативного управления целеобразованием реципиента. В одном случае это стратегия коммуникативного создания отношения зависимости будущей деятельности коммуникатора от продуктов соответствующей деятельности реципиента, создания коммуникативного впечатления отношения референтности между ними в этом плане. В другом случае мы имеем фактически ситуацию и стратегию скрытого КВ, скрытого коммуникативного управления целеобразованием реципиента, следовательно, скрытого коммуникатора. Парадокс такого скрытого управления заключается в том, что коммуникатор в этом случае коммуникативно выдает себя за реципиента, всячески подчеркивая свою независимость от продуктов будущей деятельности реципиента, наоборот, подчеркивая зависимость реципиента от продуктов будущей деятельности и создавая тем самым для реципиента специфическую коммуникативную роль коммуникатора воздействия на самого себя.

В данном случае возможна и третья стратегия КВ. Это стратегия создания у реципиента впечатления взаимодействия взаимного создания в своей деятельности вне ситуации воздействия существенных необходимых условий деятельности друг друга, впечатления соответствующей кооперации. На самом же деле коммуникатор в такой форме планирует создание существенных необходимых условий своей деятельности реципиентом, управляет целеобразованием реципиента в этом отношении; реципиент же не зависит от коммуникатора. Следовательно, реально здесь наблюдается именно

ситуация воздействия, представляемая коммуникатором реципиенту как ситуация взаимодействия.

Во всех случаях, однако, основа этих стратегий едина — это управление коммуникатором в процессе воздействия целевым осознанием реципиентом ситуации своей будущей деятельности. Основа эта заключается в создании коммуникатором такого состояния реципиента, при котором создаваемый коммуникатором у реципиента способ целевого осознания действительности в целом и ситуации своей будущей деятельности в частности стал бы единственным или, по крайней мере, ведущим фактором, определяющим опредмечивание потребностей в планируемом коммуникатором будущем реципиента.

Таким образом, исходный вопрос о полагании целей реципиента коммуникатором может быть существенно переформулирован. Он распадается на два взаимосвязанных вопроса. Один — это вопрос о том, как происходит осознание реципиентом ситуации своей будущей деятельности в плане содержания и формы наличного воздействия на него; в каких случаях здесь возникает собственно целевое его знание этой ситуации будущей деятельности. Второй — это вопрос о том, как должно быть организовано воздействие на данного реципиента, чтобы создаваемое в таком случае коммуникатором целевое осознание реципиентом ситуации своей будущей деятельности стало единственным или, по крайней мере, ведущим фактором, определяющим опредмечивание потребности, возникновение общей цели и, следовательно, формирование конкретных целей реализации в самой этой ситуации при ее возникновении. Ответов на эти вопросы несколько. Так, содержание и форма воздействия на реципиента становится ведущим фактором целеобразования реципиента в случае, когда это воздействие понимается, осознается реципиентом как основная причина возникновения этой ситуации будущей деятельности реципиента; иначе говоря, тогда, когда реципиент устанавливает для себя некоторую генетическую системную связь между воздействием и ситуацией деятельности. Тем самым он приписывает содержанию воздействия статус существенной необходимой основы своего целеобразования в этой ситуации, начинает ориентироваться на него в целеобразовании и, следовательно, действует так, как это нужно коммуникатору. Коммуникативным такое воздействие оказывается потому, что реально такой причинной связи может и не быть, но коммуникатор специальными коммуникативными мерами создает иллюзию причинности, вынуждая тем самым реципиента внимательно относиться к содержанию и форме воздействия и использовать то и другое в своем целеобразовании в этой ситуации.

Основная задача коммуникатора в таком случае заключается в том, чтобы реципиент понимал данное воздействие на себя и свою роль именно реципиента в нем как первое исходное действие некоторой будущей своей деятельности и связал успешность этой деятельности с принятием содержания воздействия как основы целеобразования, либо с отрицанием воздействия в таком качестве.

Тот и другой поворот отношения реципиента к воздействию на него должны точно планироваться как фактор успешности воздействия.

Суть коммуникативных мер, которые в таком случае принимает коммуникатор для создания у реципиента впечатления причинности, заключается в следующем. Прежде всего это коммуникативное истолкование случайных совпадений в прошлом и настоящем как причинное обусловливание, вызванное воздействием данного коммуникатора. Иначе говоря, это создание у реципиента резко выраженного коммуникативного ожидания причинно-следственной связи между воздействием коммуникатора и ситуацией будущей возможной деятельности реципиента в плане, необходимом коммуникатору. Степень выраженности этого коммуникативного ожидания должна быть такой, чтобы реципиент использовал возникающую ситуацию своей деятельности именно как следствие воздействия коммуникатора. Само коммуникативное воздействие в таком случае становится сложным, комплексным. Оно включает в себя со стороны коммуникатора как специальные операции, действия или даже отдельную деятельность коммуникатора по созданию необходимого коммуникативного отношения реципиента, так и собственно специальное воздействие на реципиента, преобразующее это коммуникативное ожидание в основной фактор предвидения реципиентом ситуации своей будущей деятельности в плане, необходимом коммуникатору, и соответствующего целеобразования реципиента.

С другой стороны, коммуникатор может использовать групповые референтные для реципиента представления о причинности как моменте отношений между людьми. В таком случае КВ тоже становится сложным. Оно включает в себя коммуникативные действия, операции или деятельность по выявлению содержания этих представлений реципиента и специальное воздействие, моделирующее их проявление в плане, необходимом коммуникатору.

В обоих рассмотренных случаях, воздействие по созданию у реципиента коммуникативных ожиданий и распознаванию содержания представлений обычно должно осуществляться как воздействие, скрытое в том смысле, что реальная их цель создания ожидания и распознавания содержания представления должна оставаться скрытой от реципиента и осуществляться коммуникатором в виде объективном по отношению к воздействию и его целям. Воздействие становится ведущим фактором целеобразования реципиента при использовании коммуникатором различных видов групповой стратегии воздействия. Основная идея такого воздействия заключается в организации через воздействие такого осознания реципиентом ситуации своей будущей деятельности, которое производилось бы с точки зрения групповых норм и ценностей, необходимых коммуникатору. К числу подобных способов воздействия относится прежде всего создание коммуникатором впечатления референтности отношений между ним и реципиентом, впечатления принадлежности к одной группе с едиными

референтными ценностями, следовательно, с едиными в будущем существенными необходимыми условиями деятельности, которые и должен создать реципиент. Такая стратегия может лежать в основе самых разнообразных по форме воздействий. Она может быть основным образующим моментом различных видов убеждения, внушения, косвенного воздействия, включающего элемент соознания как основного механизма, программирующего целеобразование реципиента и т. п. Она может быть основана как на внешних признаках общения, обращения, совместной деятельности, идентифицируемых реципиентом как проявление референтных отношений между ним и коммуникатором, так и на работе коммуникатора непосредственно с самими ценностями.

Другой возможной стратегией подобного воздействия является стратегия групповой типизации коммуникатором ситуации будущей деятельности реципиента. Эта стратегия основана на осуществляемом коммуникатором осознании будущей деятельности реципиента с точки зрения групповых и общественных потребностей разного уровня общности и обобщенности, групповых норм и требований, групповых ролей, предписаний и т. п. Основная задача такого осознания, специально проводимого для реципиента, заключается в создании для последнего некоторого группового оформления его будущей деятельности, необходимого коммуникатору. Такое групповое оформление выступает в качестве групповых норм и ценностей, на которые в этом случае будет ориентироваться реципиент в своей будущей деятельности, которые планируются в таком качестве коммуникатором и, следовательно, являются средством получения коммуникатором существенных необходимых условий своей будущей деятельности.

Момент типизации здесь будет присущ и коммуникатору, ибо проводить этот анализ для реципиента коммуникатор может только в том случае, если само его воздействие типизируется реципиентом в качестве некоторого группового проявления, требования, предписания и т. п. Грань между воздействием и взаимодействием определяется тем, в какой степени коммуникатор управляет процессом взаимной групповой типизации, в какой степени он опережает реципиента в прогнозировании содержания типизации, в какой мере он учитывает референтные для реципиента моменты типизации, наконец, в какой степени соотносит все это с тем, что ему, коммуникатору, нужно от реципиента в будущем. Частным случаем этой стратегии будет такой способ воздействия, при котором коммуникатор принимает специальные меры по снятию всяких возможностей типизации воздействия реципиентом, по интерпретации воздействия как сугубо личностного взаимоотношения коммуникатора и реципиента.

Оснований для использования такой разновидности стратегии групповой типизации у коммуникатора несколько. Так, прежде всего данный способ воздействия может быть использован коммуникатором как один из приемов организации референтных отношений между собой и реципиентом, как способ создания

в процессе воздействия некоторого функционального группового единства между участниками общения, противопоставленного по этому признаку другим возможным групповым общностям. Данный способ может быть использован и в качестве приема блокирования возможных предвосхищений реципиентом групповой принадлежности коммуникатора в случае, когда коммуникатор считает такое блокирование необходимым. В отдельных случаях воздействия этот способ может быть использован коммуникатором как прием организованного им распознавания реципиентом групповой принадлежности коммуникатора. Выбор того или другого варианта воздействия определяется для коммуникатора основной его задачей — максимально эффективной и рациональной ориентации реципиента на создание необходимых коммуникатору продуктов деятельности.

Наконец, этот способ может быть реализован коммуникатором в случае, когда, имея дело с данным реципиентом, он вынужден считаться с той группой, которая в момент воздействия находится вне этого воздействия, но в процессе деятельности реципиента, планируемой коммуникатором, может в той или иной форме вмешаться в эту деятельность, тем самым разрушив замысел коммуникатора. В таком случае коммуникатор вынужден реализовывать в воздействии специальную групповую стратегию воздействия, основанную на идее создания у реципиента состояния невосприимчивости к каким-то групповым воздействиям в будущем, способным помешать претворению замысла коммуникатора в жизнь.

В целом же, полагая цели реципиента в воздействии, коммуникатор постоянно вынужден считаться с возможностями ненужных коммуникатору или просто вредных для него групповых воздействий на реципиента в будущем. В этом плане проблема ЭКВ приобретает специфические черты. Она ставится здесь как проблема создания у реципиента в процессе воздействия на него психологического барьера по отношению к определенному коммуникатором классу возможных групповых воздействий на него (реципиента) в будущем. Сама возможность полностью определять целеобразование реципиента возникает у коммуникатора в этом случае только как результат успешного формирования у реципиента такого барьера.

Приходится констатировать, что для достижения цели воздействия коммуникатор должен иметь не только четкое и расчлененное представление о существенных необходимых условиях своей деятельности в будущем, не только представление о том, как найти реципиента и как на него воздействовать в плане техники воздействия, но и представление о том, какие возможные виды взаимодействия реципиента в будущем необходимо коммуникатору сформировать в воздействии на него. Используя стиль математических формул, можно сказать, что одним из важнейших факторов успешности воздействия является то, как коммуникатор исчисляет необходимые существенные условия своей будущей деятельности,

подлежащие созданию реципиентом, в терминах возможных взаимодействий этого реципиента в будущем.

Следовательно, существенные необходимые условия, создаваемые реципиентом — это групповые условия будущей деятельности коммуникатора. Они представлены здесь в виде необходимых коммуникатору воздействий и взаимодействий реципиента в будущем как средства создания некоторой, планируемой коммуникатором групповой общности. Эта общность может выступать и как предмет деятельности коммуникатора, и как цель специального действия, и как операциональные условия деятельности коммуникатора, являясь в то же время продуктом подготовленной коммуникатором деятельности реципиента.

Вместе с тем может быть здесь и другая ситуация. Она проявляется в том, что само воздействие на реципиента становится средством воздействия на групповое окружение коммуникатора. Реципиент в таком случае оказывается квазиобъектом воздействия, а его групповое окружение — реальным объектом этого воздействия, планируемые же коммуникатором воздействия и взаимодействия реципиента оказываются тем связующим звеном, которое позволяет коммуникатору, воздействуя на квазиобъект, изменять объект воздействия. Степень успешности воздействия начинает определяться степенью сформированности того идеального отношения, благодаря которому воздействие на реципиента становится средством создания необходимой коммуникатору групповой общности.

Таким образом, можно заключить, что проблема ЭКВ многоаспектна. В качестве основного аспекта она включает в себя проблему управления осознанием реципиентом ситуации своей будущей деятельности с точки зрения содержания и формы воздействия, управления тем самым целеобразованием реципиента. Само это управление заключается в закладывании в процесс целеобразования реципиента мысли о другом человеке, о необходимости для реципиента ориентироваться тем или иным способом на существенные необходимые условия будущей деятельности коммуникатора так, как это понимает сам коммуникатор.

Литература

- Анциферова Л. И. Принцип связи сознания и деятельности и методология психологии // Методологические и теоретические проблемы психологии. М., 1969.
- Леонтьев А. А. Психология общения. Тарту, 1974а.
- Леонтьев А. А. Психолингвистическая модель речевого воздействия // Психолингвистические проблемы массовой коммуникации. М., 1974б.
- Леонтьев А. Н. Деятельность, сознание, личность, М., 1975.
- Макаров М. Г. Категория «цель» в марксистской философии. Л., 1977.
- Рубинштейн С. Л. Основы общей психологии. М., 1946.
- Сорокин Ю. А., Тарасов Е. Ф., Шахнарович А. М. Теоретические и прикладные проблемы речевого общения. М., 1979.
- Тарасов Е. Ф. Речевое воздействие: достижения и перспективы исследования // Язык как средство идеологического воздействия. М., 1983.
- Трубников Н. Н. О категориях «цель», «средство», «результат». М., 1968.
- Хараш А. У. Принцип деятельности в исследованиях межличностного восприятия // Вопр. психологии, 1980, № 3.

МОТИВАЦИЯ В РЕЧЕВОМ ВОЗДЕЙСТВИИ: ПРОБЛЕМЫ И КОНЦЕПЦИИ

Единственным универсальным средством удовлетворения потребностей человека является деятельность, активность, которая может осуществляться или самим субъектом, или для него другими людьми. Различая, вслед за В. С. Магуном, три уровня участия субъекта в управлении чужой деятельностью — «нулевой уровень, когда другие люди удовлетворяют потребности человека вообще без его ведома, уровень ожидания чужой деятельности (или надежд, или упований на других) и, наконец, уровень организации субъектом чужой деятельности» [Магун 1983, 70], мы в наших дальнейших рассуждениях будем иметь в виду именно этот третий уровень управления чужой деятельностью, причем управления с помощью речи. Чтобы представить себе роль мотивации в речевом воздействии, необходимо определить понятие мотивации и ее роль в структуре деятельности.

Мотив и мотивация в западной экспериментальной психологии

Среди представителей зарубежной психологии нет единого мнения о том, какое место должна занимать мотивация при изучении и объяснении поведения человека. Для одних исследователей это понятие вообще является лишним, а для других, наоборот, в понимании поведения оно считается центральным. Это связано с неопределенностью самого понятия мотивации. Во-первых, под мотивацией понимают потребности и «влечения», имеющие чисто физиологическую основу, но вместе с тем активным источником реакции организма признается стимул (в поведенческой схеме «стимул—реакция») — следовательно, необходимость в мотивации отпадает полностью. Во-вторых, когда выяснилось, что организм не всегда явно реагирует на внешний стимул, то под мотивацией начали понимать «различие порогов ощущения или чувствительности организма к данному стимулу» [Фресс, Пиаже 1975, 17]. В-третьих, мотивация рассматривается как мобилизатор энергии [см., например: Якобсон 1969].

В том случае, когда поведение человека описывается в схеме «стимул—реакция», сущностью мотивации оказывается «более или менее продолжительный поиск отсутствующего или еще не существующего объекта—цели» [Фресс, Пиаже 1975, 19]. А это означает, что мотивация признается одновременно источником деятельности и направленности поведения, т. е. поведение понимается как направленная деятельность. Изучение мотивации предполагает ответ на вопрос, почему человек в данной ситуации действует именно так, а не иначе. В связи с изучением мотивации рассматриваются мотивы, побуждения, импульсы, тенденции и потребности.

Начало современным исследованиям мотивации человека в западной психологии положено работами Курта Левина и его школы. Именно этот ученый пришел к выводу, что принятая в ассоцианизме XIX в. схема изучения поведения человека «стимул—реакция», т. е. ассоциативная связь, не обладает динамическим эффектом, иначе говоря, не является причиной поведения.

Как указывают П. Фресс и Ж. Пиаже, «...в разделах психологии, изучающих поведение человека под углом зрения его эффективности и продуктивности, очень рано было признано важное значение мотивационного фактора. В самом деле, наряду со способностями мотивация является самой важной переменной, от которой зависит эффективность поведения» [Там же, 35]. При таком подходе центральным процессом, опосредующим влияние мотивации на результаты деятельности становится процесс выбора цели индивидом. Объектом—целью мотивации поведения человека может стать не только материальный объект, но и уровень исполнения определенной деятельности, достижение некоторого результата, которого требует от индивида общество или он сам. Отличительной особенностью человека является и то, что достижение материальных объектов для удовлетворения физиологических потребностей приобретает характер деятельности социальной, и в определенных пределах человек свободен в выборе объектов—целей своей мотивации.

Экспериментальное исследование мотивации осуществляется под разными углами зрения. Так, в работах, посвященных исследованию уровня притязаний, мотивация изучается в плане реальной сознательной деятельности. Вывод, который вытекает из этих исследований, можно сформулировать так: «Источником всякой мотивации является либо индивид, „имеющий определенную тенденцию“, либо объект, обладающий валентностью» [Фресс, Пиаже 1975, 57].

В современной зарубежной психологии существует тенденция считать социальные мотивы производными, обусловленными вторичным подкреплением некоторых физиологических потребностей. В основе современных зарубежных концепций мотивации лежит основной принцип энергетической теории З. Фрейда — «поведение человека вызывается и направляется тенденцией организма избегать или сдерживать нарастание стимуляции или напряжения» [Там же, 64], — т. е. мотивация понимается как избегание неприятного, тревоги или страха.

Отказавшись в настоящее время от рассмотрения ассоциации как динамической схемы поведения, зарубежные психологи сконцентрировали свое внимание на таких понятиях, как «потребность» и «напряжение», наиболее распространенным объяснением активной направленности на объект—цель является механизм ослабления потребности.

Можно согласиться с П. Фрессом и Ж. Пиаже, что в настоящее время в рамках западноевропейской психологии невозможно сформулировать единую динамическую схему, с помощью которой

можно было бы описать все виды мотивации поведения. Наиболее приемлемым, с точки зрения этих ученых, является сохранение концепции ослабления напряжения, «однако при условии дополнения ее некоторыми процессами, объясняющими, в частности, тот факт, что организм стремится не к полной разрядке напряжения, а к установлению его оптимального уровня, а также то, что при приближении к цели происходит усиление мотивации и что важной фазой мотивационного процесса является активное создание новых напряжений» [Там же, 98].

Проблемы мотивации речевой деятельности в советской психологии

Среди советских ученых первая попытка анализа деятельности как метода научной психологии принадлежит Л. С. Выготскому. Им были введены понятия орудия, «инструментальных» операций, понятие цели, «мотивационной сферы сознания» — в современной терминологии — «мотива» [Выготский 1956, 64]. Дальнейшее развитие эти идеи нашли в трудах А. Н. Леонтьева, который предложил следующее определение мотива деятельности: мотив деятельности — это ее предмет, поскольку «именно предмет деятельности и придает ей определенную направленность» [1983, 153]. Основными же «составляющими» отдельных человеческих деятельностей являются осуществляющие их действия, под которыми понимаются процессы, подчиненные представлению о том результате, который должен быть достигнут. Следовательно, «понятие мотива соотносится с понятием деятельности, понятие цели соотносится с понятием действия» [Там же, 153].

В свою очередь, «выделение целей и формирование подчиненных им действий приводит к тому, что происходит как бы расщепление прежде слитых между собой в мотиве функций» [Там же, 154]. Способы осуществления действий А. Н. Леонтьев называет операциями и подчеркивает необходимость различения этих двух понятий в контексте анализа структуры деятельности, поскольку действия и операции имеют разное происхождение. По мнению ученого, макроструктуру деятельности составляют отдельные деятельности, в которых выделяются отдельные действия, осуществляемые определенными способами (операциями). Деятельности выделяются по критерию побуждающих их мотивов, действия — как «процессы, подчиняющиеся сознательным целям», а операции — по принципу непосредственной зависимости от условий достижения конкретной цели.

Из категории мотивов человеческой деятельности А. Н. Леонтьев исключает субъективные переживания, являющиеся отражением «надорганических потребностей», соотносительных с мотивами, поскольку сами они не способны вызвать направленной деятельности. А. Н. Леонтьев отмечает определенную роль эмоций в мотивации деятельности, которые «отражают отношения между мотивами и реализацией отвечающей этим мотивам деятельности.

Образно говоря, эмоции следуют за актуализацией мотива и до рациональной оценки адекватности деятельности субъекта» [Там же, 16]. Важнейшей же, по мнению А. Н. Леонтьева, особенностью эмоций является та, что они релевантны именно деятельности как целому, а не входящим в ее состав процессам.

Следующим понятием, которое вводит А. Н. Леонтьев для описания мотивации деятельности, является понятие цели, которое нельзя смешивать с понятием мотива деятельности. В отличие от мотивов — цели, как правило, являются осознанными. По мнению А. Н. Леонтьева, «генетически исходным и характерным для человеческой деятельности является несовпадение мотивов и целей. Напротив, их совпадение есть вторичное явление — либо результат приобретения целью самостоятельной побудительной силы, либо результат осознания мотивов, превращающих их в мотивы — цели» [Там же, 19].

Весьма интересна для нас связь мотивов с личностным смыслом. А. Н. Леонтьев указывает, что «даже когда мотивы не осознаются субъектом, т. е. когда он не отдает себе отчета в том, что побуждает его осуществлять ту или иную деятельность, они, образно говоря, входят в его сознание, но только особым образом. Они придают сознательному отражению субъективную окрашенность, которая выражает значение отражаемого для самого субъекта, его, как мы говорим, личностный смысл» [Там же, 21]. И, что очень важно для нас, «кроме своей основной функции — функции побуждения, мотивы имеют еще и вторую функцию — функцию смыслообразования» [Там же].

Поскольку же человеческая деятельность является полимотивированной, т. е. одновременно может регулироваться несколькими мотивами, то обе эти функции мотивов могут выполняться разными мотивами одной и той же деятельности. Те мотивы, которые побуждая деятельность, придают ей личностный смысл, А. Н. Леонтьев называет ведущими или смыслообразующими, а мотивы, выполняющие роль дополнительных побуждающих факторов — положительных или отрицательных, — «мотивами — стимулами».

По мнению А. Н. Леонтьева, «распределение функций смыслообразования и побуждения между мотивами одной и той же деятельности имеет свое основание в особых отношениях, которые вообще характеризуют мотивационную сферу человека. Это суть отношения иерархии мотивов, которая отнюдь не строится по шкале их побудительности. Эти-то иерархические отношения и воспроизводятся распределением функций между смыслообразующими мотивами и мотивами — стимулами единой полимотивированной деятельности» [Там же, 22]. Отсюда следует, что различие двух видов мотивов является относительным и зависит от конкретной структуры, однако «смыслообразующие мотивы всегда занимают в общей иерархии мотивов относительно более высокое место, чем мотивы — стимулы» [Там же].

А. Н. Леонтьев подчеркивает разницу между мотивами деятельности и мотивами действий, которая заключается в том, что

мотивы деятельности актуально не осознаются, осознаются лишь цели действий. «Иначе обстоит дело с осознанием мотивов действий, того, ради чего они совершаются. Мотивы несут в себе предметное содержание, которое должно так или иначе восприниматься субъектом. На уровне человека это содержание отражается, преломляясь в системе языковых значений, т. е. осознается. Ничего решительно не отличает отражение этого содержания от отражения человеком других объектов окружающего мира» [Там же, 24].

Остановившись на том, что же является истинными мотивами деятельности человека, А. Н. Леонтьев указывает, что мотивы деятельности возникают не эндогенно, а лишь через проникновение в систему общественных по своей природе отношений, «в которые вступает человек к окружающему миру и который открывается ему в его деятельности не только как мир вещественных объектов материальной культуры, но и как мир человеческих отношений. Проникновение в этот широкий мир, в его объективные связи и порождает мотивы, побуждающие человека к действиям» [Там же, 25].

Поскольку, как правило, мотив не совпадает с целью, то возникает задача осознания мотива, а так как имеется в виду смыслообразующий мотив, то эта задача предстает «как задача осознания личностного смысла (именно личностного смысла, а не объективного значения), который имеют для человека те или иные его действия, их цели» [Там же]. Причем задача осознания мотивов возникает лишь на известной ступени развития личности — когда формируется подлинное самосознание. Личность человека формируется в процессе активного взаимодействия его с окружающим миром через деятельность. Источником активности личности служат ее потребности, под которыми понимается такое состояние личности, которое выражает зависимость ее от конкретных условий существования.

В советской психологии утвердился взгляд, что потребности человека имеют общественно-личный характер, а это означает, что «даже для удовлетворения потребностей, которые имеют, казалось бы, узколичный характер (например, связанный с потреблением пищи), используются результаты общественного разделения труда... Во-вторых, для удовлетворения потребностей человек использует исторически сложившиеся в данной общественной среде способы и приемы и нуждается в определенных условиях... И, в-третьих, множество потребностей человека выражают не столько его узколичные запросы, сколько нужды общества, коллектива, группы, к которой принадлежит человек, совместно с которой он трудится, — потребности коллектива приобретают характер потребностей личности» [Петровский 1970, 95—96].

В советской психологии принято деление потребностей а) по происхождению: на естественные и культурные и б) по предмету: на материальные и духовные. Окружающие человека предметы в разные периоды его жизни становятся объектом его потребностей, целью его деятельности и тем самым стимулируют активность человека. Однако эти предметы в различной мере влияют на

активность личности, поскольку занимают различное положение относительно ее потребностей, т. е. имеют различную значимость. «Значимость объекта — это запечатление в нем потребностей человека» [Там же, 99]. А мотивами являются побуждения к деятельности, связанные с удовлетворением определенных потребностей, поскольку именно «в потребностях зависимость от конкретных условий существования личности выступает своей активной стороной как система мотивов» [Там же, 101]. Если потребности составляют сущность, «механизм» всех видов человеческой активности, то мотивы выступают как конкретные проявления этой сущности.

Советские психологи исходят из того, что органически обусловленные (витальные) потребности являются необходимым моментом мотивации, фундаментом жизнедеятельности человека, но не составляют основы структуры человеческой мотивации. Они не принципиально отличны от мотивов высшего духовного порядка, составляют с ними единую систему. Утверждая единство всех побуждений, советские психологи отмечают и глубокую специфику духовных побуждений. «В отличие от органических потребностей, — пишет А. Г. Ковалев, — удовлетворение духовных потребностей приводит не к временному снижению данной потребности, а, наоборот, к заметному ее усилению» [1970, 128].

Высшее побуждение вырастает не из низшего побуждения, а из жизнедеятельности человека, взятой в ее целостном виде. Первичной формой духовных потребностей в онтогенетическом развитии, по-видимому, являются функциональные потребности в ориентировочно-познавательной деятельности, потребности во внешних впечатлениях, но не материальные потребности типа потребности в пище, одежде и жилище. «Резкое увеличение младенческого периода в формировании психики у человека по сравнению с высшими животными, длительная полная беспомощность и несамостоятельность ребенка в удовлетворении материально-биологических потребностей указывают на то, что высшие духовные потребности развиваются не из материально-биологических, а вместе с ними из первичных функциональных проявлений под влиянием специфически человеческих анатомо-физиологических задатков и социальной среды» [Асеев 1976, 32].

«Зачатки высших духовных потребностей первоначально непосредственно слиты с биологическими потребностями. Они представляют собой естественные функциональные проявления психики и столь же первичны, фундаментальны для формирующейся психики, являются таким же исходным «источником психической энергии», как и биологические потребности для организма ребенка. . .

Генетически ранние системы никогда не остаются структурно основными, исходными, регулирующими. Наоборот, с развитием системы в целом они переходят на низший структурный уровень системы и становятся лишь условием правильного функционирования целостной системы. Детерминирующая роль низших

структурных образований состоит в осуществлении вспомогательных, техниче­ски-исполнительских, фоновых функций. Становление специфически человеческих потребностей и человеческих функциональных возможностей — это единый процесс, неизбежно связанный со становлением соответствующих потребностей, а становление новых потребностей невозможно без формирования соответствующих функциональных средств их обеспечения» [Там же, 34].

Проблема истоков мотивации относится к числу самых острых как в методологическом, так и в теоретическом отношении. Среди психологов капиталистических стран широко распространена точка зрения, согласно которой в основе человеческой мотивации лежат биологические потребности. «Изменение образа жизни, приведшее к прямохождению, освобождение рук, расширение кругозора, зачатки трудовых операций, изменение питания — вот те факторы, которые обусловили биологическую эволюцию мозга, стимулировали процесс превращения обезьяны в человека, привели к возникновению принципиально новых функциональных психических особенностей, возможностей. Последние легли в основу как становления специфически человеческих потребностей высшего порядка, так и специфически человеческой перестройки биологических потребностей (которые у человека и животных принципиально различны по мотивационной характеристике)» [Там же, 41].

Таким образом, «высшие потребности и соответствующие функциональные возможности возникли не как средство более совершенного удовлетворения тех же биологических потребностей; скорее наоборот, новые функциональные возможности обусловили постепенное становление как новых потребностей высшего порядка, так и новых уже человеческих биологических потребностей. . . Неудовлетворение биологических потребностей не стимулирует формирование высших средств и мотивов деятельности; развивающиеся интеллектуальные возможности и высшие познавательные потребности являются, безусловно, не средством поддержания жизни ребенка, а, скорее наоборот, удовлетворение биологических потребностей является средством, необходимым и благоприятным фоновым условием формирования специфических потребностей высшего порядка» [Там же, 42].

«Определенным образом сложившаяся или специально организованная структура внешне развернутой деятельности способствует формированию тех или иных психических образований (мыслительных, мотивационных); в этом плане такая структура деятельности является мощным средством активного формирования личности. Однако она создает лишь потенциальные условия формирования, которые могут не превратиться в актуальные без определенной внутренней организации, без динамической и содержательной перестройки внутренних психических образований» [Там же, 46].

Развитие динамической стороны мотивации «это, с одной стороны, процесс «конкретизации» высокогенерализованных динамических особенностей (свойств нервной системы, темперамента); с другой, — это обобщение и расширение сферы временной

действительности ситуативных, процессуальных динамических состояний». Эти исходные динамические образования имеют общую особенность. «Они заданы ребенку в относительно готовом виде: особенности нервной системы — от врожденных факторов, а ситуативные динамические характеристики побуждений и соответствующих действий — от социальной среды. Однако по отношению к собственно-личностной мотивационной системе как активному механизму саморегуляции поведения оба этих фактора выступают как внешне заданные» [Там же, 48, 49].

Как же происходит развитие и становление специфически человеческих форм потребности и в чем ее отличие от потребностей животных? По словам А. Н. Леонтьева, общим законом деятельности животных является то, что «деятельность животных всегда остается в пределах их инстинктивных, биологических отношений к природе... В связи с этим и возможности психического отражения животными окружающей их действительности также являются принципиально ограниченными» [1981, 264]. Но, «если для животных предмет окружающей действительности всегда выступает неотделимо от его инстинктивной потребности, то понятно, что и само отношение к нему животного никогда не существует для него как таковое, само по себе, в отдельности от предмета. Это также составляет противоположность тому, что характеризует сознание человека. Когда человек вступает в то или иное отношение к вещи, то он отличает, с одной стороны, объективный предмет своего отношения, а с другой — само свое отношение к нему» [Там же, 266].

Переход к сознанию представляет собой начало нового, высшего этапа развития психики. Сознательное отражение в отличие от психического отражения, свойственного животным, — это отражение предметной действительности в ее отделенности от наличных отношений к ней субъекта, т. е. отражение, выделяющее ее объективные устойчивые свойства. Как бы ни была сложна «орудийная» деятельность животных, она никогда не имеет характера общественного процесса, она не совершается коллективно, не определяет собой отношений общения осуществляющих ее индивидов. В противоположность этому человеческий труд является деятельностью изначально общественной, основанной на сотрудничестве индивидов, предполагающем хотя бы зачаточное техническое разделение трудовых функций; труд, следовательно, есть процесс воздействия на природу, связывающий между собой его участников, опосредующий их общение. Деятельность же животных прямо отвечает той или иной биологической потребности и вызывается воздействием, имеющим для животного биологический смысл. «У животных предмет их деятельности и ее биологический мотив всегда слиты, всегда совпадают между собой» [Там же, 279].

Как же возникают процессы, предмет и мотив которых не совпадают между собой и которые А. Н. Леонтьев называет действиями? По своему происхождению «разделение предмета

и мотива индивидуальной деятельности есть результат происходящего вычленения из прежде сложной и многофазной, но единой деятельности отдельных операций. Эти-то отдельные операции, исчерпывая теперь содержание данной деятельности индивида, и превращаются в самостоятельное для него действие, хотя по отношению к коллективному трудовому процессу в целом они продолжают, конечно, оставаться лишь одним из частных его звеньев» [Там же, 280]. По способу же своего возникновения связь мотива с предметом действия «отражает не естественные, но объективно-общественные связи и отношения» [Там же, 281]. Таким образом, выделение действий становится возможным лишь с возникновением возможности «психического отражения действующим субъектом отношения объективного мотива действия и его предмета» [Там же, 282]. И именно с рождением действия возникает основная, по мнению А. Н. Леонтьева, имеющая общественную природу «единица» человеческой психики — разумный смысл деятельности. Субъекту деятельности впервые открывается связь предмета действия (его цели) и того, что побуждает деятельность (ее мотива), «она открывается ему в непосредственно чувственной своей форме — в форме деятельности человеческого трудового коллектива. Эта деятельность и отражается теперь в голове человека уже не в своей субъективной слитности с предметом, но как объективно-практическое отношение к нему субъекта» [Там же, 283].

Эмоции и деятельность

Как мы уже указывали выше, по мнению А. Н. Леонтьева, эмоции занимают важное место в мотивации деятельности. Но как соотносятся эмоции и смысл?

Задача сопоставления понятий «эмоции» и «смысл», по мнению В. К. Вилюнаса [1976], вытекает из многочисленных наблюдений, свидетельствующих о том, что и для животных большинство стимулов вызывают реакцию лишь в том случае, если они имеют для него «биологический смысл» (термин А. Н. Леонтьева).

В феноменологии человека эмоции как раз и являются субъективной формой существования биологического смысла. При этом «воплощение смысла в значениях — это глубоко интимный, психологически содержательный, отнюдь не автоматически и одновременно происходящий процесс» [Леонтьев 1971, 28]. По мнению В. К. Вилюнаса, «обе формы смысла различаются не только „субстанцией“ своего существования и проявления. Важное их различие заключается в том, что вербализованный смысл богаче, содержательнее непосредственного» [1976, 93]. Смысл объективных явлений и действий человека определяется их отношением к предметам потребностей, или мотивам личности, функция которых, взятая со стороны сознания, состоит, как пишет А. Н. Леонтьев, «в том, что они как бы „оценивают“ жизненное значение для

субъекта объективных обстоятельств и его действий в этих обстоятельствах — придают им личностный смысл, который прямо совпадает с понимаемым объективным их значением» [1981, 138].

Вербализация смысла — «это восстановление в значениях его мотивационной обусловленности, это осознание породивших его отношений» [Вилюнас 1976, 94]. По мнению В. К. Вилюнаса, вербализованный смысл шире и богаче непосредственного, но этот последний истиннее первого, поскольку «задачу» на смысл человек не всегда решает верно, и непосредственный смысл может получить неадекватное объяснение в значениях...» [Там же]. При этом «вербализация смысла представляет собой развитие непосредственного смысла в системе сознания, как бы „включающее” его в свойственную этой системе целостность... Смысл, выраженный в значениях, но непосредственно не переживаемый, представляет собой пустую „оболочку”, не способную к замещению значения реального смысла в сознании и к осуществлению тех функций, которые выполняются им по отношению к деятельности. Не представляя сама по себе реальной „единицы” сознания, такая „оболочка” играет тем не менее важную роль как средство обозначения и коммуникации» [Там же, 94—95]. В. К. Вилюнас считает, что предложенному им делению на вербализованный и непосредственный смысл соответствуют два определения смысла (более узкое и более широкое), данные А. Н. Леонтьевым. В более узком определении на первый план выносятся смыслообразующая функция мотива и подчеркивается зависимость смысла объективных явлений от того, «в каком отношении эти явления находятся к системе мотивов личности и способствуют их достижению» [Там же, 95]. По словам Леонтьева, «сознательный смысл выражает отношение мотива к цели» [Леонтьев 1981, 225].

В более широком определении смысла подчеркивается «субъективный характер смысла». Это определение является более широким, поскольку охватывает тот смысл, который имеют для личности сами предметы потребности, или мотивы. Согласно А. Н. Леонтьеву, «мотив нужно понимать не как переживание самой потребности, но как то объективное, в чем эта потребность находит себя в данных условиях, что делает ее предметной и потому направляющей деятельность к определенному результату» [Леонтьев 1981, 27].

Формы мотивации

Успешное воздействие на аудиторию со стороны коммуникатора предполагает умение говорить на языке потребностей аудитории, т. е. умение ориентироваться в потребностно-мотивационной сфере аудитории. А это предполагает знание не только механизма действия мотивации и ее роли в структуре деятельности, но и всего многообразия форм мотивации.

Одна из задач, которая возникает в связи с проблемой мотивации — это задача классификации и систематизации много-

образных форм мотивации. Рассмотрим одну такую классификацию, предложенную П. М. Якобсоном [1969]. По его мнению, поведение человека могут мотивировать: 1) политические, нравственные идеалы; 2) достаточно действенные интересы к получению впечатлений (от спорта, искусства и т. п.); 3) стремление к организации жизни и быта, влечение к труду, творческой деятельности, к семейной жизни и т. д.; 4) сильная потребность в чем-то (в книгах, деньгах и т. п.); 5) достаточно сильное чувство (признательность, любовь, страх, гнев, ярость, жалость и т. д.); 6) действенные моральные убеждения в необходимости соответствующим образом реагировать в известных ситуациях; 7) привычки (традиции, нравы); 8) подражание (как социальное подражание, как подражание определенному примеру, определенному образцу поведения и т. п.) [Там же, 21—22].

Источником активности человека, по словам Д. Н. Узнадзе, являются витальные потребности, а также высшие (т. е. интеллектуальные, моральные, эстетические). Преобладание тех или иных потребностей у конкретного индивида лежит в особенностях его сознания как общественного существа. А это означает, что «в мотивах индивида отражаются не только его индивидуальные потребности. В них отражаются также и потребности общества. . . тех общностей людей, которым принадлежит данный конкретный индивид (например, семья, трудовой коллектив, спортивная команда, школьный класс и т. д.)» [Ломов 1981, 52].

Итак, побудителями деятельности личности (индивида) являются представленные в его психике индивидуальные и социальные потребности. «Цель — это отраженное индивидом в форме оценки отсутствующее благо, обязательно связанное в представлении субъекта с действиями, которые надлежит исполнить для его приобретения. Иными словами, цель — это образ желаемого блага, которое придет на смену нынешней потребности в том случае, если будут выполнены определенные действия» [Магун 1983, 70]. Обычно цель существует в связи с программой действий, представляющей собой отражение действий, которые должны быть исполнены для достижения некоторой цели. Для нас важен тот факт, что часть целей и осознанных программ деятельности разрабатывается самим индивидом, а часть передается ему в готовом виде другими людьми и социальными институтами. Самыми общими являются социальные ценности, нормы, традиции, обычаи, ритуалы, принадлежащие культурному фонду данной социальной группы.

Таким образом, феномен целенаправленной человеческой деятельности образует система психических процессов, состоящая из трех основных блоков: 1) процессов формирования и сохранения программ деятельности, 2) механизмов контроля, в задачу которых входит сличение полученных результатов с запланированной программой, 3) механизмов коррекции, т. е. замены одних компонентов программы другими. Из этой схемы следует, что программирование и целеполагание имеют место на первом этапе

(первичное проектирование, по Магуну) или на этапе коррекции (корректировочное или оперативное проектирование).

Однако не всегда потребности индивида удовлетворяются с помощью его собственных действий. Зачастую удовлетворение потребности предполагает усилия субъекта по организации деятельности других людей. Именно поэтому в системе его психических образований актуальной является, по мнению Магуна, оппозиция «цели и программы для себя — цели и программы для других».

Таким образом, при достижении своих целей каждому человеку приходится учитывать то обстоятельство, что многие из них могут быть достигнуты лишь посредством чужой деятельности, осуществляемой или независимо от субъекта, или при его организующем участии. Кроме того, необходимо учитывать и то обстоятельство, что во многих сферах жизни «индивид застает уже готовое разделение деятельности, которое обеспечивается системой целей и программ, адресованных каждому участнику совместной деятельности, — это правила, нормы, ролевые предписания, обычаи и т. п.» [Магун 1983, 98]. Именно наличие такой детально разработанной системы социальных предписаний, по мнению Магуна, значительно упрощает управление деятельностью других людей, поскольку для использования чужой деятельности индивиду достаточно передавать другим людям лишь старт- или стоп-сигналы. При этом деятельность, выполняемая другими людьми в интересах ее инициатора, может быть любой степени сложности, что обеспечивается, с одной стороны, его управленческими усилиями, а с другой стороны, другими людьми и различными культурными знаковыми системами. Особенность управляющих сигналов в социуме заключается в том, что они должны быть выражены в речевой форме.

Таким образом, чтобы осуществить управление активностью другого индивида с максимальным эффектом, коммуникатор должен, во-первых, четко представлять себе потребностно-мотивационную сферу объекта своего воздействия и, во-вторых, владеть системой социальных предписаний, существующих в данном обществе, т. е. строить свое речевое воздействие согласно правилам, нормам, ролевым предписаниям, обычаям, присущим данному социуму.

Литература

- Асеев В. Г. Мотивация поведения и формирование личности. М., 1976.
Виллюнас В. К. Психология эмоциональных явлений. М., 1976.
Выготский Л. С. Избранные психологические произведения. М., 1956.
Ковалев А. Г. Психология личности. М., 1970.
Леонтьев А. Н. Потребности, мотивы, эмоции: Конспект лекций, МГУ, 1971.
Леонтьев А. Н. Проблемы развития психики. М., 1981.
Леонтьев А. Н. Деятельность. Сознание. Личность // Избранные психологические произведения. М., 1983. Т. I.
Ломов Б. Ф. К проблеме деятельности в психологии // Психологический журнал. 1981. Т. 2, № 5.
Магун В. С. Потребности и психология социальной деятельности личности. Л., 1983.

Петровский А. В. Психологическая характеристика личности // Общая психология. М., 1970.

Фресс П., Пиаже Ж. Экспериментальная психология. М., 1975.

Якобсон П. М. Психологические проблемы мотивации поведения. М., 1969.

ИСТИННОСТНЫЕ АСПЕКТЫ КОММУНИКАЦИЙ И ПРОБЛЕМЫ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ РЕЧЕВОГО СООБЩЕНИЯ

Трансформация и дезинформация

Как известно, оценка результатов (продуктов) познания в плане их соответствия/несоответствия отображаемым объектам получает выражение в понятиях «истинно» и «ложно». Эти понятия (называемые истинностными значениями знания) по традиции считаются важнейшими характеристиками познавательных процессов, а построенные на их основе гносеологические концепции образуют тот раздел философской науки, который именуется теорией истины. Поскольку человеческое познание по своей природе социально, тем самым уже предопределяется роль названных категорий не только в гносеологии, но и в исследовании интеллектуально-речевых коммуникаций. Но место истинностных механизмов в речевой деятельности (РД) с достаточной отчетливостью обнаруживается и путем анализа важнейших функций самой речи, в частности — ее регулятивной функции. Если согласиться с тем, что регулятивная функция проявляется в стремлении «управлять» поведением индивида или коллектива [см. Основы. . . 1974, 243—244], то коммуникативный акт в типичной ситуации должен включать в себя такие компоненты, как а) явное или неявное представление коммуникатора об истинностном значении некоторого сообщения¹, б) его намерение передать реципиенту истину или ввести того в заблуждение, в) восприятие реципиентом сообщения как истинного или ложного (верификационные операции при получении сообщения).

Отсюда следует, что вопросы оптимизации речевого сообщения (РС) прямо или косвенно соотносятся с контролем над истинностными механизмами коммуникации. Насколько можно судить, истинностные аспекты интеллектуально-речевого общения пока еще не исследованы в должном объеме. Вероятно, это объясняется исключительной сложностью речевого акта и, в частности, тем, что верификационные процедуры относятся к наиболее глубоким (и потому пока еще наименее исследованным) его слоям. Заслуживает упоминания, что Дж. Миллер в известной «программной» статье, определяя предмет психолингвистики, включил в него

¹ По общему правилу сообщение обрамляется рамками неявной истинностной модальности [Křížková 1973]. Так, истинное высказывание может быть просто включено в сообщение, ложное — либо исключено из него, либо трансформировано в истинное посредством отрицания.

и изучение процессов верификации при восприятии сообщения [Миллер 1968, 250]².

В дальнейшем будем исходить из двузначной познавательно-коммуникативной модели, в соответствии с которой любой фрагмент знания (любое сообщение) принимает одно и только одно из двух возможных значений истинности — «истинно» или «ложно». При этом истинные сообщения будем называть трансинформацией, ложные — дезинформацией³. Преодолевая некий сложившийся аксиологический стереотип, заметим, что не только с теоретической, но и с практической точки зрения дезинформационные ситуации не менее интересны и значительны, чем трансинформационные. Здесь кстати будет сказать, что этически негативная оценка лжи как таковой нуждается в существенных коррективах, определяемых социальной позицией коммуникантов и иными метаинформационными установками. В частности, прагматически наивным было бы отрицать целесообразность разработки продуктивной дезинформационной стратегии или тактики, направленной на то, чтобы ввести в заблуждение противника (в самых разнообразных конфликтных ситуациях, а следовательно, при достаточно широком истолковании термина «противник»; противником может быть неприятель на поле боя, допрашиваемый преступник, шахматный партнер и т. д.). Заслуживает внимания роль дезинформации в том ее виде, который еще в древности именовался добродетельным обманом. (Скажем, информационное поведение врача по отношению к пациенту в случаях, когда для последнего диагноз крайне неблагоприятен, до сих пор представляет собой серьезную проблему профессиональной медицинской этики.) Наконец, нужно отметить, что в социальных коммуникациях трансинформационные и дезинформационные элементы могут настолько причудливо переплетаться, что однозначная истинностная квалификация какого-то конкретного процесса оказывается принципиально невозможной — все зависит от выбранной «точки отсчета» [Свинцов 1982₂]⁴.

² Термин «верификация» здесь понимается как установление любого истинного значения. Эта терминологическая оговорка необходима в связи с тем, что в специальной (логики-методологической) литературе верификацией именуют установление только истинности суждения; для процедуры установления ложности используется термин «фальсификация».

³ Термин «трансинформация» (введен М. Мазуром [1974]) удобен как антоним термина «дезинформация». Распространенное противопоставление дезинформации и информации в терминологическом отношении крайне неудачно, так как ложное сообщение, безусловно, является носителем некоей информации (информативно).

⁴ Особый интерес представляет социальная диахрония этических оценок лжи. Например, в «Государстве» Платона, ориентированном на интересы рабовладельческой аристократии, использование добродетельной лжи допускается лишь со стороны «правителей» по отношению к другим гражданам, но ни в коем случае не в обратном направлении [Платон 1968]. Лишь со временем оправдание дезинформации как социальной привилегии становится невозможной (для обнародования) идеей. Интересно и то, что в известном сборнике В. Даля, изданном впервые в 1862 г., мощный пласт пословиц выражает примирение с ложью или даже ее одобрение [Даль 1957, 200—207].

На первый взгляд понятия трансинформации и дезинформации есть результат своего рода проекции краугольных гносеологических категорий «истина» и «ложь» на область коммуникаций. Но подобная трактовка может быть оправдана лишь в том случае, если некий набор истинностных характеристик рассматривается с определенной аналитической точки зрения, идущей от познания к коммуникации, а не наоборот. В генетическом же плане постановка вопроса с первичности/вторичности познания и коммуникации, а значит, и истинностных механизмов, действующих в этих сферах, вряд ли корректна. Социальный характер трудовой деятельности делает проблему «что было раньше — (индивидуальное) познание или (интериндивидуальное) сообщение?» псевдопроблемой, аналогичной средневековому вопросу о курице и яйце. Если учесть, что сознание зарождалось в трудовом общении прахеловека с себе подобными и опиралось на возникшую в определенный момент *«потребность что-то сказать друг другу»* [Маркс, Энгельс, 489], то нужно признать, что огромную роль в генезисе представлений об истине и лжи сыграло осмысление интеллектуально-речевых процессов именно как трансинформационных и дезинформационных.

Эта диалектическая связь познания и коммуникации может быть охарактеризована как «изначальная». Взаимодействие соответствующих истинностных механизмов обнаруживается уже в познавательно-ориентировочном и сигнально-информационном поведении животных [см. Рассел 1957; Ильичев 1972; Киршенблат 1974; Еськов 1979; Корытин 1979; Ерахтин 1982].

Термины «трансинформация» и «дезинформация» при оценке коммуникаций животных вряд ли могут вызывать возражения, тогда как выражения «истина» и «ложь» в данной ситуации воспринимаются все же скорее как в некотором роде иносказательные. Однако трудно найти резкую границу между прямым и метафорическим их применением. Как известно, большинство исследователей проблем гносеологии, логики, методологии науки считают универсальным носителем истинностного значения предложение, или высказывание [Чудинов 1977, 14—15]. С этой точки зрения свойственный животным уровень трансинформирования и дезинформирования можно было бы назвать допропозициональным или предпропозициональным (от лат. *propositio* — предложение). Действующие на этом уровне истинностные механизмы допустимо рассматривать как неразвитые, предшествующие более совершенному пропозициональному этапу познания и коммуникации, на котором основным способом передачи истинных и ложных сообщений становится продуцирование предложений (высказываний, суждений), направляемых адресату. Между допропозициональным и пропозициональным уровнями должен быть переход, связанный, по всей видимости, с инкорпорированными мышлением и языком, следы которых долгое время обнаруживались у народов, представляющих так называемые доиндустриальные культуры. Инкорпорированные языки «оперируют исключительно только

с бесформенными, расплывчатыми, неанализируемыми чувственными пятнами» [Лосев 1982, 254]. Конгломераты подобных «пятен» получают выражение в интеллектуально-речевых конструкциях типа «лисо-норо-нахождение» [ср.: Там же, 251], представляющих собой как бы посредствующее звено между «репрезентативным» состоянием собаки, разрывающей лисью нору (по Расселу), и свойственным современному человеку четким образом-предложением «Лиса находится в норе».

Действующие в собственно коммуникативной сфере истинностные механизмы у человека и животных, конечно, можно дифференцировать и более сложным способом — посредством перевода проблемы в иную плоскость, где решающими становятся понятия свободы воли (выбора), совести, моральной ответственности. Проблематично, однако, что такой подход окажется более продуктивным, нежели тот, который опирается на лингвистические и логические критерии. В этой связи не лишено интереса, что данный вопрос занимал Ф. М. Достоевского, который, естественно, решал его именно в моральном плане. В его записных книжках встречается следующее любопытное замечание: «Во всех животных поражает нас одно их свойство, именно. . . правдивость, наивность. Они никогда не притворяются и никогда не лгут» [Достоевский 1980, 171]. Если негативную оценку поведения коммуникатора связывать с продуцированием ложных сообщений и далее с возможными последствиями этих сообщений для реципиента, то трудно удержаться от вывода, что по степени своего «коварства» дезинформационные акты животных в некотором отношении не уступают человеческой лжи. В подтверждение можно сослаться хотя бы на одну из функций торгового рефлекса, суть которой состоит в том, что хищник посредством трения наносит на свое тело запах убитого животного, имитируя приманку и привлекая новую потенциальную жертву. Понятно, почему мы не истолковываем эту ситуацию как «циничный обман», как использование одного «убийства» для последующих: «ложь» животных носит бессознательный (и в этом смысле метафорический) характер, она далека от проявлений совести и моральной ответственности. (Справедливости ради следовало бы добавить, что такова же их «правдивость, наивность».) И тем не менее, по всей видимости, перенос акцента на морально-аксиологические аспекты проблемы не в состоянии дать достаточно ясную картину. Одна из причин этого состоит в том, что и в информационном поведении человека, вероятно, сохраняются неконтролируемые (или слабоконтролируемые) истинностные механизмы, получающие выражение, в частности, в дезинформационных сообщениях, основанных на подсознательном обмане и даже самообмане. Обильный иллюстративный материал для оценки подобных ситуаций представлен в произведениях Ф. М. Достоевского. (Быть может, наиболее ярким примером служит информационное поведение Ивана Карамазова, который только после трех, описанных с потрясающей художественной силой визитов к Смердякову осознал свою истинную роль в убийстве отца.)

Логико-лингвистический подход к оценке истинностных аспектов интеллектуально-речевой коммуникации, основанный на выделении главной структурной единицы (предложения, высказывания, суждения), выступающей в качестве универсального носителя истины и лжи, представляется прежде всего более строгим. Он удобен еще и тем, что позволяет наряду с пропозициональным выделить особый, как бы надстроечный уровень передачи истинных и ложных сообщений, свойственный только человеческому обществу. Назовем этот уровень суперпропозициональным (см. ниже).

Трансинформация и дезинформация на пропозициональном уровне

Состояние сознания коммуникатора, предшествующее передаче сообщения. Истинностные механизмы элементарного коммуникативного акта имеют достаточно сложную структуру. Они включают в себя (как минимум) следующие составляющие: а) объективное истинностное значение того фрагмента знания, который включается в сообщение, б) субъективное — адекватное или неадекватное — представление коммуникатора об этом значении (коммуникатор может обладать истиной или заблуждаться), в) истинностная интенция коммуникатора (его намерение трансформировать или дезинформировать реципиента), г) восприятие реципиентом сообщения как истинного или ложного (результат верификационных операций в процессе приема сообщения).

Названные компоненты, как бы накладываясь друг на друга, осложняют анализ и общую истинностную характеристику процесса — и в целом, и на отдельных его «участках». Это проявляется хотя бы при исследовании ситуаций типа «Свидетель дал правдивое (неправдивое) показание», поскольку квалификация тех показаний, в которых, стремясь к истине, свидетель тем не менее солгал, не представляется однозначной. Трудности преодолеваются различными способами, в том числе и при помощи понятия веры, введенного Б. Расселом [1957] (как это делает, например, Д. О'Коннор [см. Чудинов 1977, 288—289]). Нами была предложена, как представляется, достаточно четкая методика, в основу которой положены понятия совпадения и несовпадения знаков истинности на различных этапах коммуникативного акта [Свинцов 1981; 1982₁]. Эта методика, в частности, позволяет с должной определенностью охарактеризовать состояние сознания коммуникатора, предшествующее передаче сообщения. В случае совпадения знаков истинности в вышеуказанных пунктах «а» и «б» коммуникатор считается обладающим истиной, в случае их несовпадения он находится в состоянии заблуждения. На первый взгляд может показаться, что, отличая объективное истинностное значение от состояния сознания коммуникатора, мы тем самым субстантивируем истину и ложь в духе идеализма, близкого к платоновскому. (Здесь, вероятно, к месту сослаться на позицию Г. Фреге, который считал, что денотатом каждого истинного (ложного) суждения является истина

(ложь) как таковая. Подобные философские реминисценции не имеют под собой оснований. Выделяя объективную истину или ложь в качестве начальных пунктов процесса, мы лишь констатируем очевидную возможность функционирования истинных (ложных) знаний независимо от потенциального коммуникатора. Прежде всего в любом обществе существует множество истинных и ложных суждений, о которых субъект вообще не имеет никакого представления. Кроме того, не все циркулирующие в данной социальной среде знания, даже попадая в поле интеллектуально-речевой практики индивида, снабжаются четкой истинностной характеристикой. Скажем, далеко не каждый человек имеет определенное представление о том, обитает ли в шотландском озере Лок-Несс некое чудовище и тому подобных гипотезах, хотя очевидно, что уже сейчас эти предположения объективно истинны или ложны. Одним словом, в сфере социальных коммуникаций достаточно типичны ситуации, в которых состояние сознания коммуникатора как бы «не задано».

Между тем очевидно, что при передаче более или менее сложных сообщений для успешной реализации регулятивной функции речи необходимым (хотя и не достаточным) условием является то состояние сознания передающего, которое выше охарактеризовано как обладание истиной. К этому, казалось бы, тривиальному утверждению приходится прибегать потому, что одной из главных причин, обуславливающих неэффективность информационных процессов, продолжает оставаться заблуждение коммуникатора (вполне совместимое с самыми благими его намерениями). С этой точки зрения совпадение субъективных представлений об истинном значении некоего фрагмента знания с объективным положением вещей нужно признать предпосылкой оптимизации РС, о каких бы аспектах оптимизации ни шла речь.

Передача сообщения. Истинностная интенция. Как известно, в типичной ситуации сообщение преследует определенную неречевую цель: воздействовать на сознание и/или поведение реципиента (индивида или коллектива). При этом лишь в простых случаях — как, например, в командах типа *Передай мне хлеб* [см. Основы... 1974, 25] — реализация цели не связана с включением истинностных механизмов коммуникации. Гораздо более значимы акты коммуникации, в которых достижение цели неотделимо от истинностной детерминации сообщения или его отдельных элементов. Скажем, уже сообщение *В этом месте реки находится брод* в зависимости от ситуации может быть рассчитано как на трансинформационный, так и на дезинформационный эффект. Еще более сложны в этом отношении коммуникации, предполагающие длительное воздействие на интеллектуальную, эмотивную, поведенческую и другие сферы личности или социальной группы (обучение, воспитание, формирование убеждений и т. п.). Из сказанного следует, что одним из существенных механизмов, действующих при передаче сообщения, является истинностная интенция коммуникатора. В двузначной коммуника-

тивной модели выделяются два вида интенции — трансинформационная и дезинформационная, которые могут быть определены соответственно при помощи понятий сохранения и перемены знака истинности в момент передачи сообщения. В самом деле, желая трансинформировать адресата, коммуникатор истинное (по его мнению) знание передает как истинное, а ложное — как ложное, т. е. сохраняет знак истинности «своего» уровня; желая же продуцировать заблуждение, меняет этот знак на противоположный.

Выделение истинностной интенции в качестве относительно автономного феномена существенно прежде всего потому, что построение оптимального РС невозможно без четко поставленной (под этим углом зрения) цели. С психолингвистической точки зрения истинностная интенция субъекта может представлять особый интерес еще и в плане ее определенной корреляции с некоторыми аспектами информационного поведения субъекта. Возможны ситуации (например, в криминально окрашенных обстоятельствах), когда стремление солгать, т. е. дезинформационная интенция вызывает у субъекта речевые аномалии и психофизиологические сдвиги, на чем, в частности, основаны попытки использования так называемых детекторов лжи [Леонтьев и др. 1977, 34—38]. При исследовании проблематики этого рода иногда говорят о даче (обвиняемым или свидетелем) ложных показаний, что, как уже выше отмечалось, сопряжено с известными затруднениями. Они снимаются, если принять во внимание тот бесспорный факт, что действительным источником указанных психофизиологических изменений является не ложь как таковая, а дезинформационная интенция. Именно она вызывает переживание обманывания, влекущее за собой состояние страха, «нечистой совести», вообще внутреннего дискомфорта. Строго говоря, называть такие показания ложными в общем виде некорректно. Дело в том, что, с одной стороны, дача объективно ложных показаний вполне совместима с трансинформационной интенцией субъекта, при которой переживание обманывания отсутствует. С другой стороны, нельзя полностью исключить ситуации, когда дезинформационная интенция в сочетании с заблуждением ведет к продуцированию объективно истинного сообщения (например, желая обмануть следствие, допрашиваемый, заблуждаясь, верно указывает место хранения орудия убийства, краденного имущества и т. п. обстоятельства).

Переходя к самому процессу передачи сообщения и оценивая его со стороны действия истинностных механизмов, можно выделить два вида дезинформации — интенциональную и неинтенциональную. Первая сопряжена с дезинформационной интенцией, источником второй является заблуждение коммуникатора. С теоретической точки зрения нужно признать одинаково правомерным как дифференциацию дезинформационных процессов по признаку интенции, так и их интеграцию в общем понятии «дезинформация». Однако, говоря об оптимизации РС, следует подчеркнуть опасность

такого понимания дезинформации, которое связывается только с намеренным обманом. Нужно отчетливо сознавать, что отождествление дезинформации с интенциональной дезинформацией прагматически наивно, ибо «добрые» намерения способны наносить не меньший вред, чем «злые». В этом смысле между интенцией коммуникатора и результатом процесса нет необходимой зависимости. Яго намеренно обманывал доверчивого Отелло, ткачиха, повариха и сватья баба Бабариха — царя Салтана; сообщение же, скажем, Бобчинского и Добчинского о приезде ревизора было вызвано трансинформационной интенцией, покоящейся на заблуждении. Однако информационный результат подобных эпизодов в принципе одинаков: передача коммуникатором (получение реципиентом) лжи, облеченной в форму истины. Хотим мы этого или нет, но установление жесткой зависимости между общей квалификацией процесса и интенцией коммуникатора как бы реабилитирует те объективно дезинформационные (и способные наносить вред) процессы, которые связаны с заблуждением коммуникатора. С теоретической точки зрения такой подход неудобен и тем, что делает невозможными истинностные оценки достаточно сложных процессов, в которых намерения нескольких участников передачи некоего сообщения могут не совпадать. Софья сознательно объявила Чацкого сумасшедшим, однако многие из гостей на балу у Фамусова передавали это известие, искренне веря ему. (Заметим, что эти ситуации типичны для многих массовых информационных процессов, в которых истинностное значение сообщения далеко не всегда сознательно контролируется медиаторами коммуникации.)

Прием сообщения. Взаимодействие сознаний коммуникантов. Основа верификационных процедур, осуществляемых тем, кто принимает сообщение, также может быть выражена (хотя и огрубленно, схематично) при помощи вышеупомянутых состояний сохранения/перемены знака истинности. Если реципиент согласен с истинностной квалификацией сообщения (сохраняет знак истинности), прогнозируемый коммуникативный эффект достигнут. Если же он переменяет знак истинности, которым явно или неявно снабжено сообщение на противоположный, коммуникативный эффект выражается нулевой или даже отрицательной величиной. (Разумеется, это полярные состояния, соответствующие оговоренной выше двузначной модели коммуникации; в диапазоне названных крайних точек на практике действует множество оценок типа «допустимо», «вероятно», «сомнительно», «нуждается в подтверждении» и т. п., выражающих различную степень доверия или недоверия к принятому сообщению.) Оценка получаемой информации как достоверной или недостоверной формируется под влиянием разнообразных обстоятельств — таких, как авторитетность источника, надежность информационных каналов, согласованность с информацией, полученной из других источников, и т. д. Каждое из подобных обстоятельств представляет собой сложный феномен, опосредованный накопленным социальным

опытом разноаспектной информационной деятельности. С этой точки зрения представляют, например, интерес попытки теоретически эксплицировать понятие авторитетного (заслуживающего доверия) коммуникатора. В одном из исследований, где эта проблема рассматривается применительно к авторам исторических документов типа летописей, мемуаров и т. п., основой анализа становится «линия поведения» коммуникатора, прослеживаемая на относительно длительном отрезке его информационной деятельности [Giedymin 1966]. Коммуникатор считается надежным, заслуживающим доверия, если частота допускаемых им ошибок (ложных суждений) к моменту приема сообщения не превышает некоей минимальной величины, позволяющей квалифицировать ошибки как случайные.

Сама по себе возможность перемены реципиентом знака истинности полученного сообщения (возможность его «неприятия») показывает, что деятельность истинностных механизмов на данном этапе коммуникации не сводится к простому перемещению информации из сознания коммуникатора в сознание реципиента. Для процесса передачи и приема сообщения характерно взаимодействие сознаний коммуникантов. Это взаимодействие не исключает интеллектуальной агрессии передающего и интеллектуального сопротивления принимающего информацию [см. Назаретян 1975]. Степень (сила) того и другого возрастает в процессах, которые по своему основному назначению призваны быть убеждением и особенно переубеждением. Поэтому в сфере интеллектуального обмена чрезвычайно распространены сообщения, которые содержат различные формы доказательства, обоснования, аргументации. Основная цель этих приемов состоит в том, чтобы усилить воздействие на сознание реципиента, преодолеть возможное сопротивление с его стороны. Поскольку эффективное их использование в значительной степени определяет построение оптимального РС, следует задержать на них внимание.

В обиходе термины «доказательство», «обоснование», «аргументация» используются практически как синонимы. Их возможная дифференциация связана с различием двух аспектов или, лучше сказать, слоев анализа — коммуникативного и логикометодологического⁵. В соответствии с логическими традициями доказательством принято называть процедуру установления истинности некоторого высказывания (именуемого в пределах доказательства тезисом) путем его выведения из других высказываний (аргументов, оснований). К обоснованию, в отличие от доказательства, можно относить процедуру, подтверждающую высказывание, сообщаящую ему определенную степень вероятности. В одной из работ по информатике [Серебряный 1973] термин

⁵ Речь идет лишь о возможной дифференциации, так как любые характеристики рассматриваемых понятий, апеллируя к научным и языковым традициям, неизбежно будут включать в себя значительный элемент терминологической условности. Иными словами, все способы содержательной экспликации понятий в данном случае будут тяготеть к уточняющим определениям Попа [1976].

«обоснование» предложен для обозначения нестрого (недедуктивного) вывода. Следует полагать, что он приемлем для номинации более широкого класса процедур, охватывающих не только вероятностные выводы, но и логически строгие умозаключения с вероятными посылками⁶. Но если доказательство и обоснование рассматриваются преимущественно с логико-методологической точки зрения, то при исследовании феномена аргументации неизбежен выход в более широкую и сложную сферу интеллектуально-речевой коммуникации [Брутян 1984].

Аргументация принципиально ориентирована на достижение прогнозируемого коммуникативного эффекта, на то, чтобы «навязать» реципиенту значение истинности, которым снабжено сообщение. В то же время для доказательства и обоснования коммуникативные аспекты не обязательны. Это имеет место тогда, когда доказательство или обоснование выполняет познавательную функцию, что особенно отчетливо проявляется в абстрактных научных построениях. Если некий математик работал над доказательством теоремы и его усилия увенчались успехом, то сама по себе процедура доказывания оценивается исключительно с логико-методологической точки зрения. Возможное обнародование доказательства (научная публикация, защита диссертации и т. п.) переносит эту процедуру в область интеллектуального обмена и делает ее содержанием аргументации. В подобных ситуациях аргументация может сливаться с доказательством или, точнее сказать, сводиться к последнему. Но это тождество имеет место далеко не всегда.

При переходе в сферу коммуникаций к логико-методологическим характеристикам, влияющим на эффективность сообщения, добавляется широкий спектр оценок, с точки зрения логики «нестрогих», но приобретающих исключительное значение для достижения прогнозируемого эффекта⁷. Речь идет о доступности, весомости, силе, убедительности и т. п. качествах сообщения. Различие между логико-методологическими и собственно коммуникативными аспектами аргументации проявляется в выборе некоторых предпочтительных процедур (приемов, методов), причем эта предпочтительность в области «чистой» логики и методологии принципиально не фиксируется. Скажем, в доказательственных процедурах, вообще говоря, могут использоваться различные аргументы: суждения об удостоверенных фактах (эмпирические высказывания), ранее доказанные положения, определения и т. д. С точки зрения логики познавательный статус аргументов несуществен, все они обладают одинаковой силой, доказатель-

⁶ Как известно, заключение в таких операциях будет также лишь вероятным. Еще в «Аналитиках» Аристотеля показано, что в силлогизмах из посылок о «возможно присущем» выводятся такие же заключения [Аристотель 1952, 38—67].

⁷ Весьма показателен интерес к проблеме аргументации со стороны не только логиков, но и психологов, языковедов, специалистов по информатике [Философские проблемы аргументации, 1984].

ственным «равноправием» [Асмус 1954]; поэтому, например, эмпирические высказывания не имеют никаких преимуществ перед теоретическими⁸. И, однако, хорошо известны социально-информационные ситуации, в которых по своему аргументационному воздействию эмпирические высказывания (в обиходе часто именуемые фактами) обладают особой ценностью; общепризнано, например, что факты являются основой публицистического сообщения [Черепанов 1970]. Аналогично с точки зрения логики и методологии науки несущественно «линейное» (в пространстве и во времени) расположение аргументов относительно друг друга, если они образуют в совокупности некую многочленную конъюнкцию. Однако, скажем, в ходе судебного соревнования сторон обвинение и защита предпочитают приводить аргументы в некоей очередности, рассчитанной на оптимальный коммуникативный эффект. К соображениям, влияющим на эту очередность, может относиться и столь «нестрогое», как возможная неожиданность приводимых аргументов для соперничающей стороны⁹.

Действие истинностных механизмов на суперпропозициональном уровне

Суперпропозициональным целесообразно называть тот уровень коммуникации, на котором основой передачи сообщений — как трансинформационных, так и дезинформационных — становятся некие «надстроечные» по отношению к пропозиции (предложению, суждению) формы. При этом сама пропозиция, даже если она и входит в структуру сообщения, утрачивает свою функцию прямого носителя истинностного значения. Такие, свойственные исключительно человеческому обществу способы продуцирования и распространения истины (как и лжи) объясняются действием различных, подчас весьма специфичных информационных кодов, явных и неявных социокультурных конвенций и другими причинами, не поддающимися точному учету и тем более классификации. Ниже рассматриваются некоторые из подобных способов трансинформирования и дезинформирования.

Коды искусства. К проблеме верификации художественного текста. Как известно, весьма значительная часть сферы коммуникаций в современном обществе основана на производстве и потреблении различных художественных сообщений. С теоретической точки зрения нет полной ясности в вопросе о том, приложимы ли вообще истинностные оценки к произведениям искусства. Положительное решение проблемы связано с той

⁸ С логико-методологической и гносеологической точки зрения доказательственный статус фактов не однозначен. Наряду с общеизвестными достоинствами они обладают такими «отрицательными» свойствами, как локальность, односторонность, возможность субъективной интерпретации [Мерзон 1972].

⁹ Известный юрист и теоретик судебного красноречия П. Сергеич (П. С. Пороховщиков) рекомендовал наиболее эффективные аргументы не приводить в начале выступления [Сергеич 1960].

общефилософской установкой, которая приписывает искусству наряду с другими функциями также и познавательную (еще Гегель отводил искусству роль чувственного отражения абсолютного). Противоположная трактовка художественного текста (ХТ) ¹⁰ выносит его за сферу истинностных характеристик, исключая в систему иных (нравственных, эстетических и др.) ценностей ¹¹. Эта концепция и сейчас поддерживается некоторыми исследователями, преимущественно позитивистской ориентации (критический анализ наиболее значительных работ такого рода см. [Леонтьева 1972; Басин 1973]).

Что касается практики общения человека с ХТ, то при всем ее разнообразии, видимо, не будет преувеличением считать главенствующей ту точку зрения, согласно которой способность правдиво отражать жизнь является одной из высших ценностей искусства. Можно даже предполагать, что некоторые переломные этапы в развитии искусства были связаны с попытками осмыслить его истинностные потенции на основе контраверзы: «Текст, который может быть ложным» — «Текст, который не может быть ложным» [Лотман 1973, 17—18]. Не исключено, что этим объясняется рост документального и «репортерского» начал в беллетристике, позднее же — преувеличенная (и, разумеется, наивная) вера в «истинностное могущество» фотографии и кинематографа. И сегодня подавляющее большинство потребителей ХТ склонно его верифицировать, о чем свидетельствует прежде всего чрезвычайная распространенность оценок типа «правдиво», «фальшиво» и т. п. в комментариях, сопровождающих будни искусства (литературные рецензии, читательские письма и др.). Это положение в определенной степени подтверждается и данными психолингвистических исследований, согласно которым истинностные характеристики ХТ релевантны для опрашиваемых групп читателей художественной литературы [Сорокин 1979].

Казалось бы, говорить об оптимизации художественного сообщения в плане совершенствования его истинностных параметров по меньшей мере наивно, поскольку это значило бы учить художника правдивому отражению действительности. Но, во-первых, рассматриваемая проблема имеет существенное теоретическое значение. Во-вторых, ее возможные решения могут иметь косвенное влияние и на художественную практику — через искусствознание, художественную критику, техническую обра-

¹⁰ Термин «художественный текст» употребляется в широком смысле, принципиально приложимом ко всем искусствам, как это принято в современном искусствознании [см., например: Лотман 1973].

¹¹ Вероятно, Г. Фреге был одним из первых, кто противопоставил ХТ научному именно в плане истинностных потенций. Сопоставляя в своей известной работе «О смысле и значении» конструкции *Кеплер умер в нищете* и *Усыпленного Одиссея оставили на берегу Итаки*, он отметил, что второе предложение лишено денотата и потому не может обладать истинностным значением. Таким образом, с точки зрения Фреге, ХТ, как основанный на литературной фикации (вымысле, фантазии), принципиально неверифицируем.

ботку ХТ перед направлением его массовому адресату. В частности, на уровне редакторского контроля не только возможна, но и, вероятно, продуктивна фиксация так называемых фактических ошибок (приравниваемых к ложным суждениям) в литературно-художественных произведениях [Брейтбург 1967].

Сложность, а отсюда и неоднозначность истинностных характеристик ХТ связана с множественностью языков (кодов) искусства, художественных методов, стилей, школ, направлений и т. д. Бесспорно существование огромного пласта таких произведений искусства, которые лишились бы средств художественной аргументации, если бы не были ориентированы на предельно точное построение так называемого поверхностного слоя, т. е. изображаемого художником предметного мира, мира исторических фактов, социокультурно обусловленных явлений и др. Такие произведения искусства (языки или коды) в искусствознании традиционно именовались реалистическими, хотя нельзя не признать, что со временем это понятие утратило свою былую ясность. Художники подобного склада испытывают, по меткому выражению Я. Парандовского, «голод всамделешности» [Парандовский 1972, 185], заставляющий исследовать отображаемый объект с систематичностью ученого, избегать малейших фактических неточностей, поскольку последние рассматриваются как отступление от истины. Из многочисленных историко-литературных эпизодов, подтверждающих это положение, выберем хотя бы следующий. В 1899 г., после знакомства надзирателя Бутырской тюрьмы с рукописью романа «Воскресение», Л. Н. Толстой изменил план произведения, перенеся знакомство Катерины Масловой с политзаключенными из тюрьмы, как первоначально предполагалось, на путь следования в Сибирь, так как тюремный режим полностью исключал возможность этого знакомства¹². Из свидетельств современников чрезвычайно интересна статья писателя В. Кондратьева, пафос которой составляет критика фактических ошибок в изображении событий военных лет¹³.

Достаточно любопытный аспект рассматриваемой проблемы связан с тем, что верификация на поверхностном уровне детерминруется «узкой» компетентностью потребителя текста: можно думать, например, что большинство читателей «Воскресения» не обнаружило бы неточностей в описании тюремного быта; коробящие В. Кондратьева ошибки в киноизображении фронтовой жизни вряд ли замечаются молодыми зрителями и т. д. Таким образом, рассматриваемый аспект верификационных операций несет в себе возможность парадокса, особенно осязаемого в сфере контактов разных стран, народов, исторических эпох (фактические ошибки в «Одиссее» могли бы представлять интерес лишь для историка, не имея никакого отношения к верификационным процедурам современного читателя). Тем не менее нужно

¹² Л. Н. Толстой в воспоминаниях современников. М., 1955. С. 106—109.

¹³ Кондратьев В. Кино про войну // Лит. газ. 14. III. 1984.

констатировать, что для данного «языка» искусства оценки поверхностного слоя произведения легче и чаще всего коррелируются с истинностными характеристиками. Для искусства, придающего первостепенное значение «всамделешности», достаточно типичен случай с идентификацией и передатировкой портрета М. Ю. Лермонтова на основании такой «земной» детали, как наличие усов. Подобные операции крайне затруднены применительно к некоторым современным произведениям (например, к известному портрету Вильгельма Уде работы П. Пикассо, выполненному в манере, которую принято называть модернистской). Это, однако, не значит, что истинностная основа в подобных сообщениях отсутствует. Часто это вызывается тем, что художник использует такой «язык», для которого внешнее подобие отступает на второй план.

Один из важных механизмов верификации при восприятии ХТ связан с синтаксической структурой сообщения и, в частности, с проблемой логичности изложения материала. Принято подчеркивать особую логику искусства, не совпадающую с «обычной» [Фейнберг 1981]. Соглашаясь с этим, нельзя, однако, не отметить, что для тех «языков» искусства, которые имитируют истину в поверхностном слое ХТ посредством максимальной точности отражения объекта, сохраняет свое значение и «обычная» логика с ее принципами тождества, непротиворечия и др. Не имея возможности развивать эту тему, в контексте проблемы все же сошлемся на следующий красноречивый эпизод. Читая стихотворение К. Н. Батюшкова «Гезиод и Омир, соперники», к одной из строк А. С. Пушкин сделал замечание: «Противуречие». Он обратил внимание на несовместимость двух фрагментов текста, в одном из которых Эллада именуется «гостеприимным миром», тогда как в другом показано равнодушие, черствое отношение эллинов к слепому Гомеру [Пушкин, т. VII, с. 581].

Владение умением декодировать ХТ (без чего истинностные характеристики лишаются смысла) включает в себя не только усвоение механизмов художественного обобщения, но и ряд других навыков. Сюда относится понимание различных способов выражения авторского сознания через художественные пространство и время, художественную каузальность и т. д. Без владения подобными навыками верификация ХТ невозможна. В качестве простейшего примера можно сослаться на до сих пор наблюдаемый феномен неспособности воспринимать плоское изображение как объемное у представителей так называемых неиндустриальных культур [Коул, Скрибнер 1977].

Один из самых интересных аспектов верификационных процессов связан с восприятием системы субъектных отношений в ХТ. Известно, что художественные сообщения многосубъектны, причем существенно не столько количественное многообразие персонажей, сколько их отнесенность к разным рангам организации произведения. Поэтому прямые оценки смысловой структуры текста и вытекающие из них истинностные характеристики здесь

невозможны. Но это не значит, что они невозможны вообще. Система межсубъектных отношений содержит не только координационные, но и субординационные линии, что позволяет восходить из «низших» рангов к «высшим». Эти линии сходятся в образе автора — сложном явлении искусства, которому в последнее время уделяется особое внимание [см., например, Виноградов 1971]. Верификационные операции при восприятии ХТ, таким образом, предполагают умение проникать в достаточно сложную иерархию субъектных отношений. Скажем, дневник Поприщина из повести Н. В. Гоголя «Записки сумасшедшего» сам по себе, конечно, не является образцом логичного мышления, однако читатель не воспринимает текст как алогичный (это было бы возможно лишь на уровне, аналогичном упомянутому выше «плоскостному» восприятию произведений изобразительного искусства). Где же и как снимается алогизм текста? Уже заголовок, бесстрастно квалифицирующий психическое состояние героя, сигнализирует об определенном субъектном уровне — уровне повествователя. На данном этапе субъектной организации алогизм устраняется, но и только; логический «минус» нейтрализован, но не более. Не только реальна, но и, вероятно, достаточно многочисленна категория потребителей текста, для которых верификационные операции на этом уровне заканчиваются признанием верности (меткости, точности и т. п. качеств) изложения. Потребитель, не выходящий за рамки подобных верификационных операций, вряд ли способен выйти и за пределы чисто комического эффекта повести. Однако за позицией повествователя стоит непосредственно не представленный в тексте образ автора, для которого дневник бедного Поприщина — нечто большее, чем эпизоды мышления психически неполноценного индивида. Перед читателем, поднявшимся до этого ранга субъектной организации, предстает трагикомическая история одинокого, униженного, задавленного нуждой человека, который, не будучи в состоянии подняться до уровня чиновной элиты, вообразил себя испанским королем. Верификационные операции здесь охватывают уже не умение художника адекватно изобразить мышление и речь психически больного человека, а его способность увидеть и отразить трагедию личности, исполненную огромного социального значения.

Коммуникативная деонтика и ее влияние на истинностные характеристики сообщения. Деонтические (нормативные) установки существуют во всех сферах человеческой деятельности, и область социальных коммуникаций не представляет собой в этом смысле исключения¹⁴. Информационное поведение человека базируется лишь на относительно свободном выборе объектов реферирования (или их аспектов); прослеживаемое на длительном отрезке времени, оно с необходимостью включает в себя некие нормы типа «А обязан передать Б информацию о факте Ф (может не

¹⁴ Деонтическими (от греч. δεον — обязанность, должное) в методологии науки принято называть различные теории, описывающие поведение субъекта при помощи операторов типа «обязательно», «разрешено», «нормативно безразлично» и т. п.

передавать эту информацию, не должен ее передавать и т. п.)». Подобные установки существенно влияют на истинностные аспекты сообщения и нередко ведут к парадоксальным, на первый взгляд, ситуациям. Например, сообщение, полностью состоящее из истинных высказываний, в определенных обстоятельствах оценивается как дезинформационное; замалчивание в сообщении некоторых фактов играет роль передачи истинных или ложных сведений и т. п. Эти своеобразные «смещения» истинностных характеристик объясняются именно действием коммуникативных норм и, быть может, лучше всего раскрывают специфику суперпропозициональных форм трансинформирования и дезинформирования.

Директивы (инструкции, рекомендации и т. д.), регулирующие информационное поведение потенциального коммуникатора, входят в состав метаинформационных конвенций. В обществе действует множество подобных явных и неявных конвенций. Рассмотрим выделенные условно три типа конвенций (обозначим их соответственно МК-1, МК-2, МК-3), принимая в качестве основания типологии степень их определенности.

В конвенциях типа МК-1 четко определен статус коммуникантов и столь же четко очерчено поле облигативной информации. Как правило, это достигается официальным (юридическим, административным и т. д.) нормированием информационного поведения потенциального коммуникатора. Некоторые из подобных конвенций носят характер всеобщих юридических норм. Такова обязанность каждого гражданина информировать органы правопорядка об известных ему фактах готовящегося или совершенного преступления. Недонесение о преступлении квалифицируется как дезинформация органов правопорядка. Аналогично оценивается замалчивание врачом фактов начавшейся в его регионе эпидемии.

В конвенциях типа МК-2 при достаточно определенном статусе коммуникантов поле облигативной информации не является столь же определенным. Понятие долженствования здесь приобретает недостаточно четкие контуры некоего побуждения, а так называемые сильные нормы (нарушение которых влечет юридическое или административное наказание, как это имеет место в конвенциях типа МК-1) отсутствуют. Конвенции типа МК-2 с практической точки зрения весьма интересны, так как, видимо, именно с их существованием (и нарушением) связаны некоторые распространенные формы обмана, передачи замаскированных дезинформационных сообщений. Размытость границ между облигативной и факультативной информацией позволяет манипулировать благоприятными и неблагоприятными фактами, выдвигая на первый план одни из них и замалчивая другие в учрежденческих отчетах, сводках, рапортах и т. д.¹⁵

¹⁵ Нечеткость и неявный характер конвенций этого типа делает позицию коммуникатора слабо уязвимой, перенося оценки его поведения по преимуществу в область публицистики. В качестве характерного примера приведем статью С. Воложанина и О. Мороза с красноречивым названием «Феномен БИ» (Лит. газ., 2. IX,

Следует отметить, что системы МК-2 менее стабильны по сравнению с системами МК-1 и в принципе сводимы к последним. Можно полагать, что оптимизация многих речевых сообщений под этим углом зрения (и в частности, многих типов официальных документов) связана именно с внесением более четких деонтических начал в отношения между коммуникантами. Первостепенное значение в этом смысле, разумеется, приобретает определение поля облигативной информации. С рассматриваемых позиций достаточно интересна и показательна эволюция мер пресечения такой формы дезинформации, как компиляция в диссертационных исследованиях (замалчивание источников). Бытовавшие некогда достаточно абстрактное (в духе конвенции МК-2) ее порицание сменилось в новом «Положении» ВАК (п. 39) перечнем наказуемых случаев, включая заимствования из таблиц, графиков, формул, а также точно определенной мерой наказания (в духе конвенции МК-1) — снятием диссертации с рассмотрения без права повторной защиты.

Наименее определенные, но весьма интересные конвенции относятся к типу МК-3. Здесь граница между облигативной и факультативной информацией еще более размыта, а понятие долженствования для коммуникатора ассоциируется с его представлением о долге, признании, профессиональном мастерстве и т. п. Достаточно ясное представление о конвенциях такого рода дает следующая запись, сделанная еще в 1853 г. Л. Н. Толстым в дневнике: «Эпиграф к Истории я бы написал: „Ничего не утаю”». Мало того, чтобы прямо не лгать, нужно стараться не лгать отрицательно — умалчивая»¹⁶. Вряд ли нужно доказывать, что представления об облигативности информации в конвенциях типа МК-3 относительно и в значительной степени обусловлены социальной позицией коммуникантов. Например, художники, принадлежащие к разным социальным лагерям, могут диаметрально противоположно решать для себя вопрос о призвании искусства (и, следовательно, в определенной степени об облигативности художественной информации). В. В. Маяковский критиковал современную ему декадентскую поэзию не только за форму, но и прежде всего за камерность содержания, замалчивание основного, главного: «Пока выкипчивают; рифмами пиликают, из любвей и соловьев какое-то варево, улица корчится безъязыкая — ей нечем кричать и разговаривать».

Из вышеизложенного видно, что деонтические коррекции истинностных аспектов коммуникаций в значительной степени определяются возможностью замалчивать некоторые элементы информации. С этой точки зрения роль «ситуаций молчания» исключительно велика; в социально-информационных процессах молчание есть нечто большее, чем потенциальное вместилище информации (наподобие пустоты, в которой, как полагал Демокрит

1981). Феноменом БИ авторы называют благополучную информацию, которой руководство одного из институтов механизации сельского хозяйства в течение многих лет заполняло отчеты, ничего не сообщая о своих ошибках и неудачах.

¹⁶ Л. Н. Толстой о литературе. Статьи, письма, дневники. М., 1955.

и его многочисленные последователи, размещаются и передвигаются атомы). Под действием многообразных социальных механизмов оно способно становиться важным средством передачи не только ложной, но и истинной информации на суперпропозициональном уровне¹⁷. Молчание становится трансинформативным не только в случае отсутствия некоего доступного реферированию факта, но и в том случае, если этот факт относится к полю факультативной информации. Если дифференциацию сведений по принципу облигативности связывать с содержательной ценностью сообщения, то здесь уместно вспомнить, что так называемый информационный взрыв в значительной степени осложнен производством избыточной (неоригинальной, нерелевантной и т. д.) информации [Урсул 1975]. Сами критерии оценки работы ученого (и не только ученого) — по количеству публикаций и их суммарному объему, числу докладов и др. — заставляют его действовать по принципу: «Лучше говорить что угодно, чем молчать». Лишь в качестве исключительной формы информационного поведения, вероятно, можно представить добровольное сокращение объема публикации, отказ от участия в симпозиуме и т. п. Между тем подобные эпизоды, в сущности, могли бы быть эквивалентны истинному сообщению такого примерно содержания: «А молчит потому, что имеющиеся в его распоряжении факты не входят в поле облигативной информации и, согласно действующей конвенции, не подлежат реферированию». Не исключено, что в условиях «загрязнения» информационного пространства истинностные потенции молчания будут возрастать. И сейчас в обществе имеются своеобразные пространственно-временные коридоры, в которых действуют жесткие границы между допустимой и недопустимой (табуированной) информацией. Так, скажем, предназначенные для предотвращения военной опасности каналы чрезвычайных межправительственных связей; экстренные городские коммуникации; знаменитые три минуты молчания (в конце каждой четверти часа), отводимые в открытом море исключительно для сигналов SOS. В подобных ситуациях само отсутствие сигнала (молчание) обретает наивысшую трансинформационную ценность. Конечно, подобные системы связаны с экстраординарными ситуациями и в настоящее время не могут применяться в сфере обычного обмена информацией. Но допустимо полагать, что некоторые аспекты оптимизации интеллектуально-речевого обмена связаны с возможностями стимуляции именно таких форм передачи сообщений на суперпропозициональном уровне.

¹⁷ Из исследований, в которых рассматривается информационная роль молчания, заслуживают упоминания следующие два. В работе М. Мазура [1974] вводится понятие диссимуляционной дезинформации, типичными проявлениями которой считаются случаи замалчивания собственных потерь в военных сводках, сокрытие ошибок в отчетах и т. п.; в статье Е. Гедымина [Gedymin 1966] эпизоды замалчивания каких-то фактов авторами исторических документов приравняются к обычным ошибкам (ложным суждениям).

Литература

- Маркс К., Энгельс Ф. Собр. соч. Т. 20.
Аристотель. Аналитики. М., 1952.
Асмус В. Ф. Учение логики о доказательстве и опровержении. М., 1954.
Басин Б. Я. Семантическая философия искусства. М., 1973.
Брейтбург С. М. Фактические ошибки в художественной литературе и роль редактора в их устранении // Книга. Исследования и материалы. Сб. 14. М., 1967.
Брутян Г. А. Аргументация. Ереван, 1984.
Виноградов В. В. О теории художественной речи. М., 1971.
Даль В. Пословицы русского народа. М., 1957.
Достоевский Ф. М. Статьи и заметки // Полн. собр. соч. в 30-ти т. Л., 1980. Т. 20.
Ерахтин А. В. О природе «интеллекта» высших животных // Филос. науки, 1982, № 2.
Еськов Е. Л. Акустическая сигнализация общественных насекомых. М., 1979.
Ильичев В. Д. Биоакустика птиц. М., 1972.
Кириенблат Я. Д. Телергоны — химические средства взаимодействия животных. М., 1974.
Корытин С. А. Поведение и обоняние хищных зверей. М., 1979.
Коул М., Скрибнер С. Культура и мышление. М., 1977.
Леонтьев А. А., Шахнарович А. М., Батов В. И. Речь в криминалистике и судебной психологии. М., 1977.
Леонтьева Э. В. Искусство и реальность. Л., 1972.
Лосев А. Ф. Знак. Символ. Миф. М., 1982.
Лотман Ю. М. Семиотика кино и проблемы киноэстетики. Таллинн, 1973.
Мазур М. Качественная теория информации. М., 1974.
Мерзон Л. С. Проблема научного факта. Л., 1972.
Миллер Дж. Психолингвисты // Теория речевой деятельности. М., 1968.
Назаретян А. П. Два подхода к построению общей теории коммуникации // Научно-техническая информация. Сер. 2. 1975, № 12.
Основы теории речевой деятельности. М., 1974.
Парандовский Я. Алхимия слова. М., 1972.
Попа К. Теория определения. М., 1976.
Платон. Государство. Соч. в 3-х т. М., 1968. Т. 3, ч. 1.
Пушкин А. С. Критика и публицистика. Полн. собр. соч. в 10-и т. Т. VII.
Рассел Б. Человеческое познание. М., 1957.
Свинцов В. И. Заблуждение, ложь, дезинформация // Филос. науки, 1982, № 1.
Свинцов В. И. О дезинформации // Текст как психолингвистическая реальность. М., 1982.
Свинцов В. И. О классификации информационных процессов // Научно-техническая информация. Сер. 2. 1981, № 6.
Сергей С. Искусство речи на суде. М., 1960.
Серебряный А. И. Недедуктивная логика и обучение информационному поиску // Научно-техническая информация. Сер. 2. 1973, № 2.
Смысловое восприятие речевого сообщения. М., 1976.
Сорокин Ю. А. Художественный текст как совокупность читательских оценок // Социология и психология чтения. М., 1979.
Урсул А. Д. Проблема информации в современной науке. М., 1975.
Черпазов М. С. Проблемы теории публицистики. М., 1970.
Чудинов Э. М. Природа научной истины. М., 1977.
Фейнберг Е. Л. Кибернетика, логика, искусство. М., 1981.
Философские проблемы аргументации. Ереван, 1984.
Энгельс Ф. Роль труда в процессе превращения обезьяны в человека // Маркс К., Энгельс Ф. Собр. соч. Т. 20.
Giedymin J. Authorship Hypotheses and Reliability of Informants // Studia Logica, 1966, XII.
Křížková H. Pravdivostní modalita a komunikativní typy vět // Československá rusistika, 1973. N 1.
Lamser V. Komunikace, a společnost. Praha, 1969.

Понимание любого текста зависит от психобиологических и социально-демографических характеристик воспринимающего текст, от структуры и семиотической мощности тезауруса реципиента, от ситуации восприятия текста (индивидуальной или групповой). Понимание текста можно и нужно рассматривать как некоторый процесс «векторизации» читательских представлений, возникающих у реципиента при его взаимодействии с текстом. Иными словами, процесс векторизации есть процесс накладки понятийно-денотативной структуры личного опыта реципиента на понятийно-денотативную структуру текста, воспринимаемого реципиентом. Как свидетельствуют экспериментальные исследования взаимодействия реципиента и текста [Сорокин, Уфимцева 1981], процесс восприятия и понимания текста является сложным многофакторным процессом, свидетельствующим о том, что понимание вербальной продукции, циркулирующей в социуме, является неполным — частичным, квазитождественным — пониманием того исходного вербального продукта, который предлагается потребителю в ответ на его коммуникативные запросы. И в этом смысле процесс понимания и квазипонимания является процессом осознания реципиентом и самого себя, своего личного опыта (вербального и невербального), и смысловых соотношений, репрезентируемых текстом, некоторой микросоциальной рефлексии, позволяющей реципиенту вырабатывать стратегии и тактики поведения в социуме. Выдвинутое еще В. Гумбольдтом и А. А. Потебней и обоснованное затем в рамках библиопсихологической теории Н. А. Рубакина предложение о зонах понимания и непонимания, с необходимостью возникающих в сфере языковой/речевой деятельности [1977] имеет немаловажное значение для лингвистики, психолингвистики, этнопсихолингвистики и культурологии, а также для тех научных дисциплин, которые занимаются оптимизацией информационных процессов социума [см. также: Горский 1981].

Указывая на неопределенность термина «понимание», используемого в современной лингвистике, филологии, Г. И. Богин считает, что его можно определить лишь в соотношении с термином «рефлексия»: «Рефлексия есть родовое понятие по отношению к пониманию, понимание и есть организованность рефлексии...» [1982, 5]. По мнению Г. И. Богина, в процессе восприятия реципиентом текста, изучаемого в рамках филологической герменевтики, наблюдаются случаи действительного и эпифеноменального понимания. В случае эпифеноменального понимания реципиентом не фиксируется «содержательная форма контекстов» [Там же, 7], с которыми он взаимодействует, и такое понимание, в свою очередь, приводит к дефектности вербального и невербального поведения реципиента. В связи с тем, что понимание не может быть приравнено ни к мышлению, ни к сознанию («оно, в сущности,

беспонятийно, оно есть нетеоретическая форма сознания». — Там же) особое значение имеет выявление тех техник понимания¹, которые используются человеком при взаимодействии его с текстом, и которые должны, по мысли Г. И. Богина, изучаться в рамках филологической герменевтики².

Г. И. Богин выделяет шесть видов техник («форматов») — техника 1) замены эпифеноменальности процессуальностью, 2) разрыва герменетического круга, 3) углубления в сущность слов и вещей, 4) декодирования (наблюдающаяся при семантизирующем типе понимания), 5) интериоризации контекста и 6) наращивания смысла. Именно эти виды техник с учетом ситуаций («позиций». — Г. И. Богин), в которых они используются — внешней, практической и педагогической — позволяют обеспечить понимание текста как целостного коннотативно-семантического образования. «В смысловом отношении, — пишет Г. И. Богин, — движение от знания к пониманию факультативно. В когнитивном же понимании, где актуализация старого знания необходимо участвует в процессе освоения содержательности текста, этот путь обязателен... Когнитивное понимание может строиться на рефлексии, полностью осознаваемой и полностью дискурсивной, тогда как смысловое понимание в оптимальном случае не может строиться на одной лишь дискурсивности» [Богин 1982, 76—77].

Процесс смыслового восприятия³ текста как процесс дискурсивный (а если рефлексивный, то диффузно), очевидно, и характерен для сферы вербального и невербального общения в силу автономности личного опыта общающихся, а также в силу конечности тактик (фреймов) оперирования с орудийно-вещным и ментальным миром, в который «погружены» общающиеся. Исследование этого процесса предполагает создание особой техники («формата»), фиксирующей те точки непонимания, которые возникают при взаимодействии реципиента с автохтонным или

¹ И «техник непонимания» также, ибо «в 7 случаях из 10 предъявленные читателям газетные тексты интерпретировались ими неадекватно цели сообщения, так что замысел коммуникатора во всех этих ситуациях оставался нереализованным»... «...многие читатели газет вовсе не знают или имеют неверное представление о многих видных деятелях науки, искусства, литературы, политики, спорта, чьи имена широко фигурируют в материалах средств массовой коммуникации и даже могут быть названы (отчасти) в высшей степени популярными» [Массовая информация... 1980, 242—244].

² Утверждение Г. И. Богина относительно герменевтики как о дисциплине, лишь в пределах которой должен изучаться феномен понимания, является спорным. Дисциплину, в которой будут изучаться феномены понимания и непонимания, можно мыслить как комплексную (на стыке лингвистики и психологии, нейролингвистики и нейрофизиологии, социальной психологии, истории, этнографии и культурологии), как некоторую *интерпретатологию*, в рамках которой возможно будет непротиворечивое и точное объяснение вербального и невербального поведения представителей тех или иных лингвокультурных общностей. (О понимании как о сложном социо-культурном и рефлексивном процессе см. [Тулмин 1984].)

³ По-видимому, именно смысловое понимание и является предметом исследований А. Г. Шмелева [1983] и В. Ф. Петренко [1983], — понимание, которое, как показывают результаты экспериментальных исследований этих авторов, в высшей степени дискурсивно и арефлексивно.

неавтохтонным текстом — при взаимодействии вербального и невербального поведения представителя одной лингвокультурной общности с представителем другой, при сопоставлении одной локальной культуры с другой.

Рассмотрим два случая возникновения зон понимания и непонимания, возникающих при взаимодействии диады «реципиент — текст» (взаимодействие происходит в рамках одной локальной культуры).

В первом случае исследование этого взаимодействия показало, что оценка по шкалам учащимися (средней школы, техникумов, институтов) художественного текста расходится с оценкой этого же текста, данной литературными критиками [Сорокин 1986]. Иными словами, оценка семантической массы текста, предполагающая, в свою очередь, осмысление (осознавание) этой массы, оказывается разнонаправленной за счет вариативности понимания художественного текста у этих двух групп. Тем самым оказывается возможным возникновение коммуникативных «ножниц» между отправителем текста критической статьи и его получателем, существование литературной критики как самодостаточной и малоэффективной.

Во втором случае исследование этого взаимодействия [Школьник 1978] показало, что игнорирование структуры мотивов, присущих реципиентам, приводит пропагандистский текст к нулевой значимости для его получателей за счет переконструирования мотивационной структуры текста реципиентами и переосмысления ими степени важности и значимости мотивов. Иными словами, семантическая масса текста как совокупность зон понимания и непонимания — квазипонимания, частичного понимания —, взаимодействуя с тезаурусом реципиента, деформируется в сознании воспринимающего текст и существует лишь как ее проекция-вариант.

В обоих рассмотренных случаях семантическая масса текста существует как нечто дискретное и оторефлектированное в той мере, в какой это «позволяет» сделать личный опыт испытуемых, что и фиксируют использованные в этих исследованиях экспериментальные методики — «форматы» зон понимания и непонимания.

Особое значение проблема смыслового восприятия текстов возникает, если носитель некоторого языка имеет дело с инокультурными текстами. В этом случае проблема осознания семантической массы текста приобретает особую сложность. Эта сложность возникает в силу специфических особенностей, присущих взаимосвязям между языком, мышлением и культурой в любом этносе [Гумилев 1973]. Если учитывать, что этносы существуют как противопоставленные друг другу уже в силу разнообразия сред их существования (биоценозов), то противопоставленными оказываются и их культуры, понимаемые как совокупность правил и способов освоения среды и действия в ней, как совокупность персистентной/резистентной технологии, позволяющей этносу сохранять устойчивость [Сорокин 1977].

Текст как субститут иноязычной культуры в этом случае также оказывается противопоставленным некоторому автохтонному тексту и в силу структурно-типологических особенностей, присущих языку той или иной лингвокультурной общности, и в силу тех культурологических соотношенностей, которые существуют в ней. Воспринимая иноязычный текст — и оригинальный, и переводной, — носитель того или иного языка имеет дело с семантической массой, структурированной своим специфическим образом и поэтому осознаваемой неадекватно, неполно, диффузно. Сигналами такого осознания, такого возникновения зон понимания и непонимания являются лакуны — некоторые фрагменты текста (или весь текст), которые оцениваются как нечто непонятное, странное, ошибочное [Сорокин 1977; Сорокин, Марковина 1983]. В работах И. Ю. Марковиной [1982; 1984] были выявлены и систематизированы языковые и культурологические лакуны. Языковые лакуны, которые могут быть абсолютными и относительными, подразделяются исследователем на лексические, грамматические и стилистические, а культурологические — на этнографические, психологические, поведенческие и кинесические. И языковые, и культурологические лакуны могут быть интеръязыковыми и интеркультурными, интраязыковыми и интракультурными, контрастивными, имплицитными и эксплицитными. Среди культурологических лакун могут быть также выделены субъектные (национально-психологические), деятельностно-коммуникативные и лакуны культурного пространства, подразделяющиеся, в свою очередь, на интеррефлексивные и интрарефлексивные. Все эти лакуны, встречающиеся на всех уровнях вербального и невербального поведения носителей тех или иных языков, являются не чем иным, как сигналами наличия в семантической массе знакового продукта зон непонимания (или частичного, неадекватного понимания), возникающих, как правило, при трансляции культурем⁴ из одной лингвокультурной общности в другую, или внутри одной лингвокультурной общности на уровне диахронии и на уровне синхронии. Трансляция же культурем вызвана отмиранием и перестройкой последних, а также уровнем сциентизации социума, «ориентирующей» прежде всего на «алгоритмические», а не на метафорические способы осмысления и представления мира в текстах.

В случае необходимости лакуны могут быть элиминированы из текста, могут быть «заполнены» или компенсированы, что уменьшает зону непонимания (частичного, неадекватного понимания).

По-видимому, метод выявления лакун можно рассматривать как еще одну технику выявления зон непонимания, в которой выделяются, в свою очередь, «микротехники» уменьшения этой

⁴ Культуремы — это сигналы, с помощью которых одна лингвокультурная общность пытается вступить в диалог с другой лингвокультурной общностью, сигналы той культурологии — диахронической и синхронической, — которая имманентна каждой лингвокультурной общности (ср. с термином «синхрoлaлия» [Йотов 1985] — «многоголосие, многоязычие»; этому термину вполне логично может быть противопоставлен термин «диахрoлaлия»).

зоны — «форматы» заполнения и компенсации. В тех случаях когда требуется создание иллюзии автохтонности текста — в сфере речевого воздействия — или необходимо сохранить национально-культурный колорит текста — в сфере перевода, — лакуны могут быть и не «заполнены», и не компенсированы. Иными словами, коммуникатор сознательно прибегает к приему увеличения зоны непонимания или частичного, неадекватного понимания с тем, чтобы достичь желаемого коммуникативного эффекта.

Приведем примеры некоторых типов лакун для доказательства вышеизложенных положений. Полная лакуна (возникшая в тексте вследствие наличия непере译имой игры слов); If general Jackson hadn't run of Creeks up the creek, Simon Finch would never have paddled up the Alabama 'Если бы генерал Джексон не прогнал индейцев племени Ручья вверх по ручью, Саймон Финч не приплыл бы на своей лодке вверх по Алабаме. . .'. «В американском варианте английского языка, — пишет И. Ю. Марковина, — существует идиома up the creek (slang) in trouble. . . Название племени (the Creeks в сочетании с идиомой up the creek создает иронический эффект, выражая отношение автора к описываемой ситуации (действиям переселенцев из Европы на землях индейцев). В русском варианте описываемого фрагмента эффект употребления игры слов (смысл идиомы „отправить кого-либо вверх по ручью — значит причинить беспокойство, вовлечь в беду“) отсутствует полностью» [1982, 60].

Некомпенсированная лакуна: . . . an old man served me a glass of white wine and a brioche '. . . старик буфетчик подал мне стакан белого вина и бриошь'. Комментарий И. Ю. Марковиной: «Стремясь сохранить все особенности стиля автора и национальный колорит, переводчик оставил в русском варианте употребленное в оригинальном английском тексте иноязычное слово. Лакуна осталась некомпенсированной, что может служить причиной непонимания этого сегмента текста» [Там же, 63].

Кинесические лакуны: «Кинесические лакуны могут быть абсолютными и относительными: в русской культуре отсутствует жест пожелания удачи, широко распространенный в американской. . . и являющийся для носителей русского языка абсолютной лакуной; жест-рукопожатие в знак приветствия известен и в русской, и в английской культурах, но в русской культуре он используется гораздо чаще, чем в английской . . . являясь относительной лакуной для англичан. По наблюдениям Б. Л. Уорфа, индейцы хопи очень мало жестикулируют по сравнению с европейцами, а т. н. жестов-метафор у хопи вообще не существует» [Там же, 84—85].

Заполнение лакуны: «Одним из самых распространенных способов заполнения лакун в публицистическом тексте. . . является перевод сохраненного в тексте национально-специфического элемента иной культуры: «Этот клочок суши. . . зовется Нуси-Бе, что в переводе с малагасийского означает „большой остров“. . .» [Там же, 148].

Компенсация лакуны: «Одним из самых простых видов компенсации лакун в тексте, репрезентирующей фрагмент чужой

культуры на языке реципиента, является прямое обращение к реалии, близкой реципиенту, помогающей понять чужую реальию или ситуацию: У него густая раскидистая крона, продолговатые листья, как у нашей черемухи, только в несколько раз крупнее. . . Вариантом этого вида компенсации являются случаи обращения не к элементам своей для автора и реципиента культуры, а к широко известному носителям многих культур факту, реалии, ситуации репрезентируемой. . . культуры: Пьеса Коуберна получила Пулитцеровскую премию 1978 года, исполнители — премию „Тони“, что в американском театре также почетно, как „Оскар“ в кино» [Там же, 158].

С еще более сложным случаем лакунизации текстов (или вообще совокупности вербальных и невербальных культурем) мы имеем дело, по-видимому, в том случае, когда для уяснения всех смысловых соотношенностей, содержащихся в них, необходимо реконструировать тот «мыслимый мир», который репрезентируют эти тексты. Осознание необходимости такой реконструкции свидетельствует о том, что эти тексты или их фрагменты не могут быть адекватно осознаны и осмыслены реципиентом. Как попытку «заполнить» такие лакуны следует рассматривать комментарии Ю. М. Лотмана к «Евгению Онегину» [1980], а также реконструкцию содержания понятия «ветер и поток» Л. Е. Бежиным [1982], вскрывающую глубинные соотношенности, или структуры, лежащие в основе бытового и «литературного» поведения китайских поэтов, прозаиков и живописцев [см. также: Конфуцианство в Китае, 1982], или реконструкцию И. С. Лисевичем [1979] таких литературных категорий, как *вэнь*, *ци*, *фэнгу*, *фу*, *би*, *син*. И. С. Лисевич указывает, что без обращения к модели мира, какой она сложилась у китайцев на рубеже древности и средних веков, без реконструкции содержания элементов этой модели — *дао*, *дэ*, *ци*, *фэн* — трудно понять движение поэтической мысли; трудно. . . понять происходящее и в сфере поэзии. . . Впервые знакомясь с понятиями *би* и *син*, синолог часто не может подобрать лучших понятий, чем «сравнение» для первого и «метафора» для второго. Мы остаемся в приятном заблуждении, считая, что человек китайской древности мыслит почти как мы. А между тем литература для него была вовсе не продуктом творческой индивидуальности или социальных условий — он рассматривал ее как самовыражение тайных глубин бытия, которым для этого вначале потребовалось создать жизнь и самого человека как вместилище тончайшей субстанции мирового эфира, средоточие мировой духовности, находящей отклик во всех уголках Вселенной. Поэтому-то и *син* не просто ассоциация, тем более не метафора, а некий мгновенный порыв в сущности, поэтическое озарение, один из способов сверхчувственного познания» [Лисевич 1979, 233—234].

По-видимому, лакунизация текстов, не считая тех, которые лакунизированы намеренно, и вообще лакунизация вербального и невербального поведения как такового обязаны своим возникновением специфическим способам существования хронотопа, его

осмысления и осознания, презентации и фиксации [Бахтин 1975, 234—235] в той или иной лингвокультурной общности. Если и не все лакуны возникают из-за культурологических смещений в модели временных и пространственных соотношений, характерных для той или иной лингвокультурной общности по сравнению с некоторой другой, то все же большинство лакун возникает в силу нетождественности субъективной «картины мира»⁵, существующей у реципиента и презентуемой ему текстами.

Некоторые исследователи, например, М. Л. Ахундов, полагают даже, что пространство и время не только «претерпевают существенные изменения с развитием языка и мышления», но и считают, что «в существенно различных языках вообще запечатлены различные миры, существующие в своих специфических пространствах и времени. . .» [Ахундов 1984, 221].

Культурологические смещения в модели временных и пространственных соотношений могут быть рассмотрены и с точки зрения такой лингвосомиотической категории, как норма. Причем понятие нормы как некоего конструкта-дейксиса, согласно которому происходит процесс текстообразования, или семиобразования, и обмен текстами между общающимися, — текстами, в которых реализуются нормированные способы существования конструкта-дейксиса, целесообразно рассматривать в связи с понятием осмысленности высказывания и текста (постулат осмысленности) и понятием каноничности (постулат каноничности). Связь между этими понятиями, по-видимому, является следующей: норма есть опредмеченная каноничность; составляющие нормы латентны и реализуются в некотором знаковом продукте — нормируют знаковый продукт, хотя не менее закономерно и влияние каноничности на норму (норму и каноничность следует, очевидно, рассматривать как находящиеся в отношении взаимодополнительности). Каноничность, в свою очередь, предполагает осмысленность воспринимаемого знакового продукта в силу интериоризированности технических приемов построения канона. Иными словами, эти приемы, как элементы, входящие в состав вербального и невербального опыта носителей языка, должны отличаться высокой автоматизированностью, позволяющей реципиенту осуществлять «наложение» структуры канона на поступающие к нему тексты. В то же время очевидно, что анализ с помощью понятий нормированности, каноничности и осмысленности процессов общения и текстообразования, или семиобразования, а также анализ самих текстов как опредмеченных взаимодействий между субъектом и объектом или между некоторыми субъектами предполагает оценку процессов общения и текстообразования — знаковых про-

⁵ Реконструкция «мыслимого мира» оказывается необходимой не только для древних и средневековых периодов развития лингвокультурной общности. Она необходима и на уровне синхронии, причем для определенного вида текстов, функционирующих в этой общности. Как показала И. Л. Галинская, проза Дж. Д. Сэлинджера — и в оригинальном, и в переводном вариантах — не может быть адекватно осознана без такой реконструкции [1975].

дуктов — как априори функциональных и эффективных. Но очевидно также и то, что не менее правомерна противоположная оценка, ибо узус не только «стремится» к нарушению нормированности, каноничности и осмысленности, но и существует лишь как совокупность нарушений, в которых реализуется, в свою очередь, «бытие» этих трех постулатов.

Одним из видов таких нарушений и являются лакуны, «смысловые скважины», наличие которых в тексте, и вообще в вербальном и невербальном поведении носителя языка, приводит к неполному/частичному пониманию ее реципиентом. Поэтому-то и есть основания считать, что для анализа процессов общения и текстообразования, а также для анализа текстов целесообразно использовать понятия антинормы, антиканоничности, антисмысленности, ориентироваться при анализе и творческой, и рутинной сферы субъектно-объектных и субъектно-субъектных отношений не только на «логику», но и на «антилогику» вербального и невербального поведения.

Лакунизация вербальных и невербальных текстов, обуславливающая возникновение зон понимания и непонимания — частичного, неадекватного понимания, — осложняется также тем, что лакуны являются лишь одной из составляющих (число которых еще предстоит установить), входящих в состав тех образований, которые Н. А. Рубакин назвал проекциями (текстами-вариантами), возникающими у реципиента на основе предъявленного ему исходного текста и не тождественными этому тексту по своей семантической массе [см. также: Кузьменко-Наумова 1980]. Эта нетождественность, как свидетельствует А. И. Раздорский [1981], — в данном случае, нетождественность вербального и невербального поведения носителей русского и японского языков, — существует и на уровне контактоустановительных элементов в диалоге, и на уровне повторов и эллиптических конструкций, давая возможность судить о национально-культурной специфике речевого и неречевого общения японцев и фиксировать различия в общении между русскими и японцами, что в принципе позволяет оптимизировать процесс такого общения. Общения не только непосредственного (субъект-субъектного), но и опосредованного (субъект-объектного), для которого задача «упаковки» продуктов массовой коммуникации в естественную для иноязычного реципиента форму остается далеко не решенной (в сфере, например, отечественного радиовещания (телевидения) и пропаганды вообще. По-видимому, немаловажное значение для уяснения правил и непосредственного, и опосредованного общения имеет и анализ сугубо специфических признаков японского устного общения — мужской и женский вариант речи, обращения в семейной и деловой сферах и т. д., что дает веские основания говорить о сложной обусловленности речевого поведения неречевыми поведенческими стереотипами, о возрастных и половых границах действия этих стереотипов и позволяет судить о путях «канонизации» речевого общения, о механизмах, обуславливающих ста-

билизацию или динамичность, приятие или неприятие тех или иных языковых/речевых форм.

Детальный анализ А. И. Раздорским невербального поведения японцев в сопоставлении с невербальным поведением русских — анализ ритможестов и эмоциональных жестов — также свидетельствует о лакунизированности одного поведения относительно другого, о существовании специфических «невербальных грамматик», которыми руководствуются носители японского и русского языков (см. также [Пронников, Ладанов 1983] ⁶, где предпринята попытка описать японскую лингвокультурную общность через набор таких признаков, которые, по мнению авторов книги, являются специфическими для японцев).

В свою очередь, Б. Х. Бгажноковым [1983] предложено описание процесса общения в адыгской лингвокультурной общности, свидетельствующее о лакунизированном характере этого процесса, пример, для русских, на уровне кинесики и проксемики, речевого этикета и пищевого символизма (см. также материалы Л. А. Шеймана [1981—1982], которые указывают на наличие сложных и специфических различий и совпадений в картинах мира русских и киргизов, в этноэйдосферах, предопределяющих возникновение зон понимания и непонимания при восприятии киргизами произведений художественной литературы, написанных на русском языке).

Если считать, что эмоциональные коннотации ⁷ возникают «благодаря нарушению лингвистических и социальных норм» [Болотов 1981, 41] и рассматривать эти коннотации как аксиологические «доли» лакун, то представляется вполне оправданным подход к анализу лакун в плане их ненормированности [см. Там же, 18—19], причем возникновение лакун в том или ином тексте — вербальном или невербальном — следует ожидать 1) в силу отклонения от национальных языковых и неязыковых норм», 2) за счет коммуникации между индивидами, принадлежащими к различным социальным полям, 3) за счет мировоззренческих разногласий между коммуникантами, которые принадлежат к одному социальному полю и равны между собой в социальном плане, 4) за счет неравенства в социальном плане коммуникантов, принадлежащих к одному социальному полю, 5) за счет рассогласования между темой, местом и временем речевого акта и социальными ролями коммуникантов, 6) из-за наличия в тексте парадоксов

⁶ Как показывают материалы главы «Психология японского менеджмента» [Пронников, Ладанов 1985], лакунизированными — по крайней мере частично — сказываются для русского читателя такие «управленческие» категории, как *сэнпай*, *кохай*, *дорё*, *нэмаваси*, *ринги*. В свою очередь, полностью, по-видимому, лакунизированным оказывается для русского искусства икебаны (о вторичной знаковой системе см. [Пронников 1985]).

⁷ По экспериментальным данным, полученным Е. Ю. Мягковой [1986], коннотации являются фрагментами эмотивности, существующей и на уровне парадигматики, и на уровне синтагматики (иными словами, вполне оправданным оказывается анализ вербальных и невербальных текстов с точки зрения эмотивной парадигматики и эмотивной синтагматики).

(«парадокс в сословном СП», «парадокс в СП класса», «парадокс на уровне социального поля семьи», «лингвистический парадокс») [Там же 42—64]. Перечисленные шесть причин возникновения лакун в том или ином тексте, по-видимому, могут быть дополнены еще тремя: во-первых, лакуны могут возникать из-за различий в правилах «графемных (параграфемных) стилистик», имеющих в некоторых двух лингвокультурных общностях [см. так же: Ключанов, 1983], во-вторых, из-за различий в фоносемантическом способе существования тех или иных текстов, предопределяющем формирование специфических звуко-символических «картин мира» (например, у русских и поляков, у русских и англичан [см. Журавлева 1983; Кулешова 1983], в-третьих, из-за различий в составе ассоциативных реакций (например, В. А. Рыжковым [1983] было показано, что в той или иной мере культурно-специфическими — лакунизированными — для носителей русского, шведского, английского и немецкого языков могут быть даже интернациональные стереотипы).

Именно работы такого типа имеют, прежде всего, лингвострановедческую ценность, ибо в них на основе определенных теоретических допущений экспериментально решаются некоторые практические задачи, а не предлагается квазифилологический набор рассуждений по поводу интерпретации художественных текстов, как это, например, сделано в работе В. М. Шаклеина [1983]. Вообще для лингвострановедения, по-видимому, оказываются более полезными работы, лежащие за пределами явно выраженного лингвострановедческого «круга», как, например, работа Л. И. Соболевой [1982], в которой экспериментально доказано, что глаголы шума в русском и белорусском языках «различаются числом альтернативных семантических компонентов и степенью значимости градационных семантических компонентов» (с. 17). Методику семантического взаимодействия, которую Ч. Осгуд предлагает применить [см. также: Залевская 1983, 101—103] к изучению национально-культурной специфики значения, по-видимому, следует рассматривать как методику, ориентированную на выявление «семантических скважин в структуре менталитета того или иного этноса, того „викарного мира“, в котором культура играет роль адаптивно-адаптирующего механизма — механизма, позволяющего социуму сохранять равновесие со средой: «основная функция викарных действий состоит в том, что они осуществляют действия с образами, замещающие действия с реальными предметами» [Зинченко, Ретанова 1969, 3]. (о роли культуры в соблюдении этого равновесия см.: [Василенко 1980]).

В текстах, функционирующих в том или ином социуме, овеществляется определенный способ человеческой деятельности: ее предметы и орудия, ее мотивационная структура, цели и сверхзадачи деятельности в их аксиологическом аспекте.

Если деятельность универсальна, то составляющие этой деятельности и формы оперирования ими, а также оценка этих орудийно-вещных и ментальных форм являются, по-видимому,

уникальными, стремящимися сохранить свою целостность, свою равновесность при трансляции их в виде текстов из одной лингвокультурной общности в другую или внутри одной и той же лингвокультурной общности. Сигналами сложности такой трансляции и являются зоны понимания и непонимания, возникающие в процессе смыслового восприятия автохтонных и неавтохтонных текстов тем или иным представителем лингвокультурной общности. Они сигнализируют о конкуренции планов и моделей вербального и невербального поведения носителей тех или иных языков и «подъязыков», или идиолектов, — поведения, которое и инвариантно, и вариантно в силу разнообразия существования идеальных образов знаков [Леонтьев 1976] в тезаурусе реципиента.

Это разнообразие и является одним из факторов, влияющих как положительно, так и отрицательно, на адаптационную, или рефлексивно-смысловую мощность лингвокультурной общности, позволяя последней быть единичным в мире всеобщего [см. также: Маркарян, 1983].

Исследованием процессов культуролалии, предопределяющих специфический характер лингвокультурной общности как единичного, по-видимому, должна заниматься этнопсихолингвистика, находящаяся в настоящее время на стадии своего формирования. Еще предстоит детально уточнить цели и задачи этой научной дисциплины и установить границы предметной области, которые подлежат ее ведению. Но можно предположить, что ядром предметной области, которое надлежит исследовать в рамках этнопсихолингвистики, является идеологическая семантика («семантика генезиса и взаимосвязи значений» [Абаев 1934, 34]), «надстраиваемая» над технической семантикой. Вопреки мнению В. Абаева, мы считаем, что для изучения процессов взаимодействия языков и культур — процессов мены культурем, принадлежащих некоторым двум лингвокультурным общностям, — необходимо учитывать взаимосвязь, взаимозависимость и идеологических, и технических семантем. Если В. Абаев считает, что «для того, чтобы обслуживать разнородные слои, входящие в то единое, что мы называем временем, этносом, позднее нацией, необходимо, чтобы произошло замещение и сужение идеологических функций речевых элементов, необходимо, чтобы произошла технизация» [Там же, 42], то мы полагаем, что для оптимизации процесса взаимодействия языков и культур необходимо редуплицирование и расширение идеологических «сфер» речевых элементов, необходима реконструкция «внутренней формы» культурем, транслируемых из одной лингвокультурной общности в другую и существующих, прежде всего, как специфический набор технических семантем. Любая неавтохтонная культура в принципе является десемантизированной, синсемантической формой [Шпет 1923, с. 25], значение/смысл которой еще необходимо установить. В противном случае эта форма останется пустой, останется формой, которая не есть форма сообщения, хотя и есть уже средство общения. Ср. со следующим утверждением Г. Шпета: «Изолированное слово, строго говоря, лишено смысла. . .

Оно не есть слово сообщения, хотя и есть уже средство общения» [1923, 28]).

Если считать, что идеологическая семантика (как «технология технологии») характеризует этнический стиль⁸ поведения и мышления той или иной лингвокультурной общности, то самой важной задачей этнопсихолингвистики является изучение слоевого (Р. Ингарден) строения этой семантики, позволяющее оптимизировать процессы межкультурного общения (общения «лицом к лицу» и общения с помощью текстов).

Литература

- Абаев В. Язык как идеология и язык как техника // Язык и мышление. II. Л., 1934.
- Ахундов М. Д. Концепции пространства и времени: истоки, эволюция и перспективы. М., 1984.
- Бахтин М. Вопросы литературы и эстетики. М., 1975.
- Бгажноков Б. Х. Очерки этнографии общения адыгов. Нальчик, 1983.
- Безин Л. Е. Под знаком «ветра и потока». М., 1982.
- Богин Г. И. Филологическая герменевтика. Калинин, 1982.
- Болотов В. И. Эмоциональность текста в аспектах языковой и неязыковой вариативности (основы эмотивной стилистики текста). Ташкент, 1981.
- Василенко Л. И. Кризис духовных основ буржуазного общества и проблемы экологии и культуры // Общие проблемы культуры и культурного строительства. М., 1980. Вып. 2.
- Галинская И. Л. Философские и эстетические основы поэтики Дж. Д. Сэлинджера. М., 1975.
- Горский В. С. Историко-философское истолкование текста. Киев, 1981.
- Гумилев Л. Н. Этногенез и биосфера Земли. Автореф. дис. . . д-ра ист. наук. Л., 1973.
- Журавлева Т. П. Содержательность звуков речи в межъязыковом аспекте. Автореф. дис. . . канд. филол. наук. Минск, 1983.
- Залеская А. А. Проблемы психолингвистики. Калинин, 1983.
- Зинченко В., Ретанова Е. К проблеме визуального мышления // Техническая эстетика, 1969, № 7.
- Йотов Ц. Синхралалия (к постановке проблемы) // Съпоставително езикознание, 1985, № 4.
- Клюканов И. Э. Структура и функционирование параграфемных элементов текста. Дис. . . канд. филол. наук. Калинин, 1983.
- Конфуцианство в Китае. Теория и практика. М., 1982.
- Кузьменко-Наумова О. Д. Смысловое восприятие знаковой информации в процессе чтения. Куйбышев, 1980.
- Кулешова О. Д. Опыт звуко-символической и семантической оценки поэтических текстов // Текст как инструмент общения. М., 1983.
- Леонтьев А. А. Психолингвистический аспект языкового значения // Принципы и методы семантических исследований. М., 1976.
- Лисевич И. С. Литературная мысль Китая на рубеже древности и средних веков. М., 1979.
- Лотман Ю. М. Роман А. С. Пушкина «Евгений Онегин». Комментарий. М., 1980.
- Маркарян Э. С. Теория культуры и современная наука. М., 1983.
- Марковина И. Ю. Влияние лингвистических и экстралингвистических факторов на понимание текста. Дис. . . канд. филол. наук. М., 1982.
- Марковина И. Ю. Культурные факторы и понимание художественного текста // Изв. АН СССР, ОЛЯ, 1984, т. 43, № 1.

⁸ По мнению А. Леруа-Гурана, «этнический стиль можно определить как свойственную данному коллективу манеру принимать и отмечать формы, ценности и ритмы» [цит. по: Токарев 1973, 209].

- Массовая информация в советском промышленном городе. М., 1980.
- Мяжкова Е. Ю. Психолингвистическое исследование эмоциональной нагрузки слова. Автореф. дис. ... канд. филол. наук М., 1986.
- Петренко В. Ф. Введение в экспериментальную психосемантику: исследование форм репрезентации в обыденном сознании. М., 1983.
- Пронников В. Икебана или Вселенная, запечатленная в цветке. М., 1985.
- Пронников В. А., И. Д. Ладанов. Японцы. Этнографические очерки. М., 1983.
- Пронников В. А., И. Д. Ладанов. Японцы. Этнопсихологические очерки. М., 1985.
- Раздорский А. И. Национально-культурные особенности коммуникации в японском устном диалоге. Дис. ... канд. филол. наук. М., 1981.
- Рубакин Н. А. Психология читателя и книги. Краткое введение в библиологическую психологию. М., 1977.
- Рыжков В. А. Национально-культурные аспекты интернациональных стереотипов. Автореф. дис. ... канд. филол. наук. М., 1983.
- Соболева Л. И. Денотативный прагматический анализ глаголов шума. Психолингвистическое исследование. Автореф. дис. ... канд. филол. наук. Минск, 1982.
- Сорокин Ю. А. Метод установления лакун как один из способов установления специфики локальных культур // Национально-культурная специфика речевого поведения. М., 1977.
- Сорокин Ю. А. Текст как совокупность читательских оценок // Социология и психология чтения. М., 1979.
- Сорокин Ю. А. Психолингвистические аспекты изучения текста. М., 1986.
- Сорокин Ю. А., Марковина И. Ю. Опыт систематизации лингвистических и культурологических лакун // Лексические единицы и организация структуры литературного текста. Калинин, 1983.
- Сорокин Ю. А., Уфимцева Н. В. Психолингвистические проблемы семантики // Проблемы лингвистической семантики. М., 1981.
- Токарев С. А. Андре Леруа-Гуран и его труды по этнографии и археологии // Этнологические исследования за рубежом. Очерки. М., 1973.
- Тулмин Ст. Человеческое понимание. М., 1984.
- Шаклеин В. М. Лингвострановедческие вопросы интерпретации художественных текстов. Автореф. дис. ... канд. филол. наук. М., 1983.
- Шейман Л. А. Основы методики преподавания русской литературы в киргизской школе. Фрунзе, 1981—1982. Ч. 1—2.
- Школьник Л. С. Экспериментальное изучение логико-мотивационной структуры прагматически-ориентированного текста // Общение: теоретические и прагматические проблемы. М., 1978.
- Шмелев А. Г. Введение в экспериментальную психосемантику. М., 1983.
- Шпет Г. Эстетические фрагменты. II. М., 1923.

ОРГАНИЗАЦИЯ ОБЩЕНИЯ КАК СРЕДСТВО ОПТИМИЗАЦИИ РЕЧЕВОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ

ОТНОШЕНИЕ АУДИТОРИИ К КОММУНИКАТОРУ КАК ФАКТОР ЭФФЕКТИВНОСТИ КОММУНИКАТИВНОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ

Восприятие сообщения, передаваемого средствами массовой коммуникации (МК), в первую очередь по телевидению, опосредуется образом коммуникатора данного сообщения.

Анализ литературы свидетельствует о том, что отдельные характеристики образа коммуникатора, а также общее отношение к нему аудитории могут повлиять на эффективность воздействия его сообщения.

Так, положительное восприятие образа коммуникатора, как правило, содействует эффективности его коммуникативного воздействия (КВ).

В зарубежной социально-психологической литературе в образе коммуникатора выделяют такие характеристики, значимые для КВ, как социальная роль, групповая принадлежность, внешность, профессиональные качества, голос, манера говорить и т. д. В ряде работ предпринята попытка выделения в этом плане некоторых интегративных характеристик коммуникатора, таких, например, как его способность вызывать доверие и симпатию со стороны аудитории [Kelman 1961; Berlo, Lemert. . . 1966 и др.]. В 80-е годы появилась так называемая харизматическая концепция личности коммуникатора в МК, прежде всего на телевидении [Goldhaber 1981].

Харизма здесь трактуется как личностный магнетизм, в основе которого лежат типологические характеристики личности. В данной концепции выделяют три харизматических типа коммуникатора: 1) герой, 2) антигерой, 3) мистический тип. Отличительной особенностью зарубежных исследований в данной области является то, что характеристики коммуникатора, значимые для КВ, обычно даются как некоторый перечень отдельных качеств личности без должного обоснования и систематизации, что снижает их объяснительную ценность.

В советской социально-психологической литературе имеются работы, показывающие связь профессионально-ролевых характеристик телекоммуникатора с запоминаемостью передаваемой им информации и с оцениванием личности коммуникатора [Семенова 1971], а также связь престижности коммуникатора с эффективно-

стью его речевого воздействия (РВ) [Руус 1976]. На кафедре социальной психологии МГУ была проведена серия исследований по восприятию коммуникатора, в том числе и восприятия дикторов телевидения [Богомолова 1981], в которых выявилось большое значение для аудитории внутренних свойств коммуникатора, а также ряда его интегративных характеристик.

Для лучшего понимания сущности этих характеристик нам представляется целесообразным включить их в социально-психологическую модель образа коммуникатора, в которой следует выделить два ряда отношений: а) коммуникатор — сообщение и б) коммуникатор — аудитория. Каждый ряд этих отношений содержит определенную систему характеристик коммуникатора, которые можно объединить в соответствующие факторы. При этом в них достаточно отчетливо выступают когнитивные, эмоциональные и поведенческие аспекты.

Первый фактор объединяет характеристики коммуникатора, связанные с отношением «коммуникатор — сообщение». Наиболее значимыми в плане КВ здесь выступают такие характеристики коммуникатора, как адекватное знание им той действительности, о которой он говорит (когнитивный аспект), его искренность, правдивость, убежденность в том, что он говорит (эмоциональный аспект), и умение донести свои знания, мысли, взгляды до аудитории (поведенческий аспект). В целом данный фактор можно обозначить как фактор компетентности—убежденности.

Второй фактор включает характеристики, связанные с отношением «коммуникатор — аудитория». В этом отношении имеются две стороны: отношение коммуникатора к аудитории и отношение аудитории к коммуникатору. В первом случае наиболее значимыми в плане КВ выступают такие характеристики коммуникатора, как знание им своей аудитории (когнитивный аспект), его искреннее уважение аудитории (эмоциональный аспект) и умение коммуникатора общаться с аудиторией на равных, соблюдать равенство психологических позиций (поведенческий аспект). Иначе говоря, это те характеристики, которые присущи партнерам субъектно-субъектного диалогического общения [Хараш 1977]. Во втором случае значительную роль играют те характеристики коммуникатора, которые способны вызвать положительное отношение к нему аудитории, ее симпатию. Сюда можно отнести заранее известный аудитории престиж коммуникатора (коммуникативный аспект) его социальную, внутреннюю и внешнюю привлекательность (эмоциональный аспект) и умение адекватно воспринимать и учитывать обратную связь от аудитории (поведенческий аспект). В целом второй фактор можно обозначить как фактор уважения—привлекательности.

Проведенные нами исследования свидетельствуют о сложности и многоплановости образа коммуникатора в восприятии аудитории и о том, что оба вышеуказанных фактора занимают в нем значительный и близкий по своему значению удельный вес.

Это, в частности, подтвердилось в исследовании социально-психологических особенностей молодежной телеаудитории, осуществленном на факультете психологии МГУ в 1985 г. Конкретные задачи исследования заключались в том, чтобы выявить общее отношение молодежной аудитории к отдельным телекоммуникаторам, наиболее значимые для данной аудитории характеристики телекоммуникаторов, а также попытаться выделить социально-психологическую типологию молодежной аудитории. Исследование проводилось на аудитории, в которую входили такие социально-демографические группы молодежи, как студенты, рабочие, учащиеся старших классов средней общеобразовательной школы, учащиеся ПТУ, учащиеся медицинского училища. Общий размер выборки составил около 100 человек. Объектом восприятия выступали, в основном, дикторы программы «Время», мужчина и женщина.

В качестве методического средства для исследования образа коммуникатора в восприятии молодежной аудитории использовался тест «20 ответов». Суть этого теста заключается в том, что испытуемым после просмотра телепрограммы предлагается быстро дать 20 различных ответов на один вопрос: «Данный коммуникатор (диктор) кто он?» Результаты опроса по данному тесту обрабатывались методом контент-анализа, в котором были выделены следующие категории и подкатегории:

I. Отношение телезрителей к коммуникатору: а) положительное, б) нейтральное, в) отрицательное.

II. Ролевые (социально-демографические) характеристики коммуникатора.

III. Индивидуальные характеристики коммуникатора: а) личностные, б) внешность, в) коммуникативные.

Подкатегория «личностные характеристики» включала внутренние свойства личности, относящиеся к когнитивной и эмоциональной сфере, а также отдельные поведенческие характеристики, например, привычки и т. д. Отличительная особенность данных характеристик заключается в том, что они все как бы домысливаются реципиентами, «приписываются» ими коммуникатору на основе воспринимаемой внешности и коммуникативного поведения. Эти характеристики правомерно рассматривать как проявления определенного отношения телезрителей к коммуникатору.

Подкатегория «внешность» включала указания на физические характеристики внешности и на ее оформление.

Подкатегория «коммуникативные характеристики» охватывает ответы испытуемых, указывающих на голос, дикцию коммуникатора, его манеру говорить, читать и т. п. Выделение данной категории было обусловлено значимостью коммуникативных характеристик для основной деятельности коммуникатора, выступающего в системе массовой информации (МИ).

IV. Фактор «компетентности—убежденности», объединяет характеристики коммуникатора, связанные с системой отношений «коммуникатор—сообщение».

В. Фактор «уважения—привлекательности», включает характеристики коммуникатора, связанные с системой отношений «коммуникатор — аудитория».

При обработке результатов исследования подсчитывались средние значения, процентные соотношения, а также применялся корреляционный анализ. В последнем использовались следующие переменные: 1) общее число ответов испытуемых, 2) ролевые характеристики, 3) внешность, 4) возраст, 5) коммуникативные характеристики, 6) личностные характеристики, 7) фактор «компетентности—убежденности», 8) фактор «уважения—привлекательности», 9) положительные характеристики коммуникатора, 10) нейтральные характеристики, 11) отрицательные характеристики.

Данные опроса показали большое разнообразие в количестве и содержании полученных ответов.

Количество ответов у испытуемых варьировало от 4 до 23. Среднее количество ответов на одного испытуемого составляло около 14 (среднее значение 13,81 при стандартном отклонении 5,16), что может рассматриваться как показатель высокой активности испытуемых.

Контент-анализ ответов телезрителей по категории «отношение к коммуникатору» показал, что у всех испытуемых абсолютное большинство составили ответы с нейтральным отношением к коммуникатору (54 % всех ответов, среднее значение 7,4091 при стандартном отклонении 4,0038); затем идут ответы с положительным отношением (40,8 %, среднее значение 5,6515 при стандартном отклонении 3,4529); весьма незначительную часть составили ответы с отрицательным отношением к коммуникатору (всего 5,2 %, среднее значение 0,7424 при стандартном отклонении 1,9240). Полученные данные можно рассматривать как достаточно высокую оценку телекоммуникаторов молодежной аудиторией. Большой процент и высокие средние значения нейтральных характеристик можно отчасти объяснить характером вопроса теста. Испытуемых просят ответить на достаточно нейтральный вопрос: коммуникатор, кто он такой, а не каков он. Однако для любого вида общения, в том числе и осуществляемого средствами МК, характерно стремление реципиента именно оценить коммуникатора для ориентировки в ситуации общения и в передаваемом коммуникатором сообщении. Это стремление проявляется в том, что наряду с нейтральными ответами дается большое число оценочных ответов, в данном случае в основном положительных.

Результаты контент-анализа ответов телезрителей по категориям ролевые и индивидуальные характеристики отражены в табл. 1.

Данные по всей выборке свидетельствуют о том, что процент индивидуальных характеристик коммуникатора в ответах телезрителей более чем в три раза превосходит процент ролевых характеристик (76 % к 24 %). Выявленная тенденция соотношения вышеуказанных категорий согласуется с данными, полученными в других исследованиях, в частности, в исследованиях по

Таблица 1

Категории — характеристики	Данные значения по всей выборке	Группы				
		студенты	рабочие	школьни- ки	ПТУ	медучили- ще
1. Ролевые	24 %	24 %	29 %	13 %	46 %	17 %
2. Индивидуальные	76 %	76 %	71 %	87 %	54 %	83 %
а) личностные	39 %	40 %	49 %	40 %	24 %	34 %
б) внешность	30 %	30 %	15 %	38 %	27 %	40 %
в) коммуникатив- ные	7 %	6 %	7 %	9 %	3 %	9 %

восприятию других дикторов советского телевидения [Богомолова 1981]. Это может служить еще одним эмпирическим подтверждением того факта, что телезрители воспринимают коммуникатора, в том числе и дикторов телевидения, как общающуюся с ними личность, а не просто как источник информации.

В ролевых характеристиках абсолютное большинство телезрителей отмечает такие очевидные характеристики, как пол коммуникатора и его профессию. Вместе с тем телезрители домысливают и другие ролевые характеристики. Это прежде всего те, которые относятся к семейному положению (имеют детей, жена, хозяйка, хороший семьянин и др.). Отмечаются и такие характеристики, как участие в общественных организациях, национальность и др.

В индивидуальных характеристиках на первое место по всей выборке выходит подкатегория «личностные характеристики» (39 %, ср. зн. 5.21 при ст. откл. 3,78). На втором месте стоят характеристики внешности (30 %, ср. зн. 4,34 при ст. откл. 3,07). Большое внимание молодежной аудитории к внешности является закономерным по возрастным причинам. Сравнительно небольшой удельный вес составляют коммуникативные характеристики (7 %, ср. зн. 1,06 при ст. откл. 1,20). Это может свидетельствовать о подчиненной роли этой характеристики для данной аудитории по сравнению с личностными характеристиками и характеристиками внешности.

Общая тенденция соотношения различных подкатегорий индивидуальных характеристик имеет свои специфические выражения в разных социально-демографических группах молодых телезрителей. Как видно из табл. 1, общая тенденция наиболее отчетливо проявляется в группе студентов. У рабочих почти в два раза меньше по сравнению с общей тенденцией уделяется внимание к внешности (15 %) за счет значительного увеличения интереса к внутренним характеристикам: количество внутренних характеристик более, чем в три раза превышает количество характеристик внешности. У школьников наблюдается почти одинаковое внимание к внутренним характеристикам и характеристикам внешности с некоторым перевесом первых (40 % и 38 %). Что касается учащихся ПТУ и медучилища, то у них наблюдается некоторый

перевес характеристик внешности над характеристиками личности. Большой интерес всех групп телезрителей к внутренним характеристикам коммуникатора свидетельствует о том, что данные характеристики играют большую роль при восприятии телеинформации.

По категории «внешность» больше всего получено ответов, касающихся ношения очков (в очках, без очков), затем идет цвет волос и характер одежды (блондинка, белая кофта, черная брошка, в галстук и др.). Имеется много оценочных ответов (красивая, одета со вкусом, приятная внешность и т. п.).

В коммуникативных характеристиках телезрители больше всего обращают внимание на голос (приятный, хороший, резкий, строгий, грубоватый и т. д.), на дикцию и на умение читать текст (четко, внятно, мало заглядывает в текст и др.).

Личностные характеристики весьма разнообразны. Они относятся к интеллектуальным, деловым, моральным и другим качествам (например, эрудированная, мыслящая, компетентен во многих вопросах, добрая, интересный собеседник, добросовестный, любит детей — эта характеристика часто встречается почти у всех групп —, располагает к себе и др.). Нередко телезрители домысливают и поведенческие характеристики (например: не курит, ходит с дипломатом, увлекается детективами, танцует только медленные танцы, душит духами «Мисс Диор», живет на широкую ногу, любит свою работу и др.). Абсолютное большинство личностных характеристик положительны. Вместе с тем встречаются и такие, как «сухарь», «человек — машина», «не вникает в то, что читает», «слишком строгая», «скучный человек» и др.

Результаты контент-анализа по факторам «компетентность — убежденность» и «уважение — привлекательность» для всей выборки говорят о том, что удельный вес этих факторов достаточно близок друг к другу (см. табл. 2).

Таблица 2

Факторы	Данные по всей выборке	Группы				
		студенты	рабочие	школьники	ПТУ	медучилище
Компетентность — убежденность	23,2 %	22 %	42 %	20 %	13 %	19 %
Уважение — привлекательность	20,2 %	24 %	8 %	28 %	20 %	22 %

Как видно из таблицы, наименьший разброс по сравнению с данными по всей выборке наблюдается у студентов и учащихся медучилища, несколько больший — у школьников и учащихся ПТУ при общем преобладании фактора «уважения — привлекательности». Резко отличается от других группа рабочих, где наблюдается очень большой разрыв между факторами (42 % и 8 %), причем

с обратной тенденцией, резким преобладанием фактора «компетентности—убежденности». Вероятно, именно компетентный коммуникатор, который говорит искренне и убежденно, является для них наиболее значимым.

Если обратиться к данным корреляционного и факторного анализа, то здесь заслуживают внимания следующие результаты. Нейтральные характеристики коммуникатора в ответах реципиентов положительно коррелируют с характеристиками внешности (уровень значимости 0,77), а положительные оценки с личностными характеристиками коммуникатора вообще (уровень значимости 0,69) и по фактору «компетентность—убежденность» в особенности (уровень значимости 0,72). Следовательно, хотя молодежная аудитория и уделяет большое внимание характеристикам внешности коммуникатора, но восприятие внешности не носит у нее в данном случае оценочного характера, внешность коммуникатора, в частности его одежда, в основном просто фиксируются как таковые. В то же время восприятие личностных характеристик коммуникатора имеет ярко выраженный оценочный характер, причем явно превалируют положительные характеристики. На основе вышеуказанных данных можно сделать вывод о том, что для данной аудитории наибольшее значение имеют личностные характеристики коммуникатора.

Что касается отрицательных оценок коммуникатора, то они оказались тесно связанными с фактором «уважение—привлекательность» (значимые факторные нагрузки соответственно — 0,898 и — 0,651 при доле дисперсии 16,504), но при этом они противоположны по знаку характеристикам внешности коммуникатора (значимая факторная нагрузка +0,126). Данные результаты могут быть интерпретированы как проявление нетерпимости со стороны молодежной аудитории к «внутренней непривлекательности» коммуникатора, иначе говоря, к его неуважительному, недоброжелательному отношению к аудитории, а возможно, и к людям вообще. Если рассматривать восприятие образа коммуникатора как фактор эффективности телевизионного сообщения, необходимо учитывать, что характеристики самой аудитории существенно влияют на восприятие коммуникатора и, следовательно, на эффективность коммуникативного воздействия (ЭКВ).

Данные, полученные на факультете психологии МГУ в 1985 г., позволили выделить ряд социально-психологических характеристик аудитории, которые в значительной степени определяют восприятие и воздействие телевизионной информации. К числу факторов, детерминирующих эффективное воздействие телевидения на аудиторию, в первую очередь следует отнести те социально-психологические характеристики (социальные установки, направленность интересов, ценностные ориентации), которые актуализируются при предъявлении информации, значимой для данной аудитории. Эти характеристики влияют на процесс восприятия МИ, детерминируют селективность восприятия, категоризацию и оценку воспринимаемой информации.

Понятно, что социально-психологические характеристики каждого зрителя невозможно учесть при построении сообщения, рассчитанного на массовую аудиторию, каковой является аудитория телевидения. Поэтому анализ закономерностей воздействия телевизионных программ должен быть основан на понимании особенностей тех больших групп аудитории, которые обладают сходными характеристиками, иначе говоря, на типологии аудитории. С этой целью была разработана анкета, состоящая из трех больших блоков, условно обозначенных: «образ жизни», «ценностные ориентации» и «отношение к телевидению». Блок «образ жизни» состоял преимущественно из номинальных шкал, блоки «ценностные ориентации» и «отношение к телевидению» — из порядковых.

Задачей исследования являлось выявление взаимосвязи основных показателей образа жизни, ценностных ориентаций и особенностей восприятия и оценок массовой информации, а также построение на этой основе типологии аудитории телевидения. Полученная типология позволила выявить взаимосвязь социально-психологических характеристик телезрителей с их оценкой коммуникатора — носителя социально значимой информации. В качестве испытуемых была использована молодежная аудитория телевидения г. Москвы.

В результате двойного факторного анализа данных была выявлена взаимосвязь между отдельными характеристиками образа жизни, ценностных ориентаций и включенности в сферу средств МИ.

Варимаксное вращение матрицы позволило выделить пять эмпирических факторов. Наибольшие доли дисперсии в процентах от суммарной общности были представлены у четырех из них: фактор I — 24,31 %; фактор II — 19,45 %; фактор III — 19,27 %; фактор IV — 18,62 %. Содержательная интерпретация этих факторов позволила получить типологию аудитории, где ведущими стали характеристики, влияющие на процесс восприятия и оценки МИ, на селективность восприятия — т. е. на те особенности аудитории, которые имеют решающее значение для процесса коммуникации.

Было выявлено четыре основных группы молодежной аудитории телевидения со следующим набором характеристик:

Фактор I (24,31 %) — аудитория с пассивно-потребительским отношением к телевидению. Социально-психологический портрет первой группы составляют следующие характеристики. Пассивно-потребительское отношение к телевидению обусловлено общей ориентацией, которую принято называть бездуховным потреблением. Группу составляют в основном учащиеся ПТУ, средних специальных учебных заведений. Особенности образа жизни таковы: материальная обеспеченность, отсутствие трудового опыта, хорошие бытовые условия. Входящая в данную группу молодежь не производит материальных ценностей, однако ориентирована на их активное потребление. Ориентация на материальную сторону жизни, приобретение престижных вещей, одежды и т. п. — эти признаки имеют максимальные нагрузки по фактору ценностных ориентаций.

В сфере досуга преобладает стремление к развлечениям, не связанным с интеллектуальными затратами (танцы, дискотеки, вечеринки, кафе, бары, рестораны, кино, посещение и прием гостей). Сфера общения и жизненные планы представлены позициями: намерение вступить в брак и стремление к общению с близким человеком. Круг ценностных ориентаций ограничен стремлением к развлечениям, устройству личной жизни, связан с решением сиюминутных бытовых потребностей. В сфере МИ отмечается наличие устойчивого интереса к зарубежным изданиям (таким, как журналы мод, «Америка», «Англия»). Относительно высоки затраты времени на радио и телевидение (постоянно, почти каждый день).

Отношение к телевидению характеризуется полным отсутствием аналитического подхода к изучаемой информации. Оценки изучаемых телепередач отражают общие ценностные ориентации: предпочитаемая тематика связана с развлекательными и музыкальными формами, с содержанием, посвященным различным видам досуговой деятельности, моде, музыке, интимно-личностным проблемам. По отношению к общественно-политическим передачам преобладают отрицательные оценки, из них выбирается и запоминается информация, соответствующая уровню развития информационных потребностей аудитории—I: только на личностном уровне и желательно с элементами развлекательности.

Фактор II (19,45 %) — активная, социально зрелая аудитория. Для группы, описываемой набором характеристик этого фактора, специфической чертой является ощущение самостоятельности при принятии важных решений, высокой оценки собственного опыта, эмоциональной независимости от окружающих, психологической защищенности, устойчивости, высокой самооценки, осознанно высокого уровня притязаний по отношению к своему досугу. Жизненная позиция рационально-активная. Круг интересов связан с политикой, экономикой, общественной работой. Представители группы, как правило, лидеры мнений в этой области. Для них высоко значимы вопросы профессионального самоопределения и развития, связанных с этим взаимоотношений с окружающими людьми. При достаточно высоких оценках телепередач на общественно-политические темы временные затраты на телепросмотры сравнительно невысоки. Критические замечания касаются в основном невысокой оперативности и частой повторяемости информации в течение дня. Уровень обобщения информации не влияет на ее выбор и запоминаемость. Мотивы потребления МИ в основном рационально-познавательные.

Аудитория, описанная фактором II, имеет сформированные навыки обращения к сфере средств МИ. При основной ориентации на общественно-политические темы эта аудитория выражает удовлетворенность освещением по телевидению культуры и искусства, что может служить косвенным признаком отсутствия интереса к этим вопросам. Набор признаков отношения к телевидению свидетельствует о том, что представители данной аудитории

расценивают себя по отношению к средствам МИ как равноправных партнеров по общению. Очевидно, построение телевизионного общения по типу взаимодействия является для данной группы аудитории наиболее целесообразным. Необходимо принимать во внимание и то обстоятельство, что представители этой аудитории ориентированы больше на когнитивный тип общения и не нуждаются в эмоциональной окраске информации.

Существенным моментом в описании аудитории — II является отсутствие характеристик образа жизни и сведений социально-демографического характера. Иными словами, четкой привязанности к определенному образу жизни в данной группе не обнаружено. Основным типобразующим признаком здесь является специфический набор ценностных ориентаций, которые, в свою очередь, могут лишь косвенно свидетельствовать о высоком образовательном уровне и высоком уровне жизненных притязаний представителей данной группы аудитории.

Фактор III (19,27 %) — инфантильная аудитория с невысоким уровнем притязаний. Основной характеристикой аудитории — III можно считать несформированность интересов и потребностей. Преобладает направленность развлекательно-бытового характера, связанная с вопросами повседневной жизни, брака, семьи, бытовых проблем, образа жизни. Как правило, это единственные дети в семье, часто неполной, со средними материальными и бытовыми условиями и невысоким уровнем притязаний в планах о своем будущем. Родители в характеризуемой группе — в основном рабочие на производстве или в сфере обслуживания. Социальный состав опрошенных — в основном учащиеся ПТУ, остальные — рабочие, живущие в общежитии. Значительная часть группы живет в коммунальных квартирах. Потребности в организации своего досуга, в получении информации, предпочитаемые формы общения не выражены. Основной признак — отсутствие сведений о величине среднего дохода семьи, — свидетельствует скорее о нежелании указывать средний доход, так как, по мнению испытуемых, он слишком невысок. Большинство опрошенных детство провели в Подмоскovie или в другом городе, что косвенно может свидетельствовать о невключенности в структуру досуга большого города, неумении рационально организовать свое свободное время.

В отношении к информационным и общественно-политическим передачам телевидения преобладают отрицательные оценки, связанные в основном с формой передач. Предпочитаемое содержание передач — приключения, детективы (есть даже несколько желаний фильмов ужасов), — т. е. зрелища, максимально насыщенные событиями и эмоциями, выходящими за рамки повседневной жизни. Эта аудитория активнее остальных требует демонстрации всевозможных атрибутов «красивой жизни». В большинстве случаев потребность в зрелище, содержащем элементы насыщенной жизни, выступает как компенсация по отношению к собственным возможностям и, как правило, не осознается и прямо в высказываниях не отражается. Телевизионная информация, рассчитанная на

аудиторию — III, должна быть драматизирована, конкретна, эмоционально окрашена.

Фактор IV (18,62 %) — «домашняя» ориентация, устойчивость, даже ригидность в сфере общения, досуга, трудовой деятельности. Основной характеристикой аудитории — IV является устойчивость в сфере общения, досуга, трудовой деятельности. Сочетание признаков, характеризующих уклад жизни и основные ориентации, свидетельствует о стремлении к максимальному покою, усидчивости, надежности, устойчивости, возможно, даже граничащей с инертностью. Для этой группы наиболее подходящим является высказывание, что самая хорошая новость — это отсутствие новостей. Аудитория имеет четкую позицию по отношению к телевидению, требующую информации только на личностном уровне. Отрицательно оценивается более обобщенный уровень информации. Для этой части аудитории необходимы передачи, раскрывающие реальных людей, таких как они и их знакомые. Данная аудитория значительно лучше запоминает в телепередаче мелкие бытовые подробности, чем ее основную идею.

Аудитория — IV значительно чаще, чем любая другая, в сфере массовой информации отдает предпочтение постоянным рубрикам, устойчивой сетке программ, привычным формам, знакомым комментаторам, известным исполнителям.

Следующий этап экспериментального исследования процесса воздействия телевизионного сообщения строился с учетом выявленной нами типологии молодежной аудитории. Данные, полученные на факультете психологии в 1986 г., касались особенностей восприятия коммуникатора — носителя значимой информации, в зависимости от того, к какому типу аудитории принадлежат испытуемые. Группы испытуемых отбирались по основным (приведенным выше) типобразующим признакам, связанным в первую очередь с набором ценностных ориентаций и направленностью интересов.

Испытуемым демонстрировался сюжет из информационной программы (таких сюжетов было несколько в каждой серии эксперимента), после чего испытуемые выполняли различные задания, в числе которых были просьбы такого содержания: 1) задать первый пришедший в голову вопрос герою просмотренного сюжета; 2) представить, что этот герой думает об аудитории; 3) попытаться описать его (героя) представление о том, что аудитория думает о нем.

В итоге был получен набор по сути дела прожективных, нерелефлексированных высказываний, отражающих неосознанное отношение испытуемых к герою телевизионного сюжета. Содержательный анализ высказываний позволил выявить взаимосвязь отношения к телегерою и общей ценностно-ориентационной направленности аудитории. Образ коммуникатора — героя телесюжета как бы «дистраивался» аудиторией с целью приблизить его к себе, сделать более понятным и доступным, как-то мотивировать его действия, продуцируемый им текст. Причем, если более подготовленную

аудиторию (тип II) интересовали прежде всего деловые качества телегероя, его компетентность, его моральное право выступать перед многомиллионной аудиторией, то остальные типы аудитории (I, III, IV) нуждались в возможности представить коммуникатора в неформальной обстановке, в семье, в кругу друзей, т. е. в сферах, наиболее близких и значимых для данной аудитории.

В качестве иллюстрации приведем ряд высказываний в адрес телегероев — носителей социально значимой информации, наиболее ярко отражающих взаимосвязь отношения к коммуникатору и характеристик аудитории, причем высказывания наглядно демонстрируют характер отношения аудитории не только коммуникатору, но и к информации, автором или носителем которой он является:

— *Перестроили ли Вы сами свою психологию отношения к делу?; Что Вы сказали бы на эту тему 10 лет назад?; Сколько людей Вы уволили бы, если бы это было в вашей власти?; Пьяницы сильно мешают?; Ему доводится не всегда быть откровенным; Хорошая опора и на работе, и в семье; Его часто избирают в президиум на собраниях; Он знает цену деньгам, хотя зарабатывает свыше 300 руб. в месяц; Секретами мастерства делится не сразу; Он не думает, что данный сюжет вызовет широкий интерес — он видел подобные; Живет не тем, что говорит; Хотели бы Вы, чтобы Ваши дети работали в этом совхозе? Передовик, но, по всей видимости, потому что много говорит; Вполне понимает, что за такой сюжет в несколько секунд аудитория ничего о нем не думает и он ей абсолютно безразличен; Дружелюбен, не дурак выпить, подчиненные его любят, но не всегда уважают и слушаются, «либерал»; Если есть сын, то он инженер, его профиль — новейшие отрасли, не кузнечное дело (про кузнеца); Образование — 8—10 классов, но считает себя высокообразованным; Но рациональное зерно в его словах есть (где-то в чем-то он все-таки убежден); Имеет авторитет среди товарищей, но зануда; Но договорить ему не дали; Любит покрасоваться; А Вас поддерживают в коллективе?; Хотелось ли Вам работать в городе?; Об аудитории он не думает, думает о районном начальстве; А хотелось бы Вам стать секретарем обкома КПСС?; Человек делает себе карьеру; Умеет говорить искренне даже о том, во что сам не верит.*

Анализ запоминания телевизионной информации о социально значимых событиях (официальные дикторские сообщения, пресс-конференции, заседания, приемы, встречи, проводы и т. д.) показал следующие закономерности: запоминание дикторского сообщения «В Политбюро ЦК КПСС» в группе типа II составило — 26 %, типа I — 13 %, типа III — 15 %. Помимо низкого уровня воспроизведения, имели место искажения информации, воспроизведение информации, не содержащейся в сообщении, усвоение фрагментов информации вне смыслового контекста. При анализе запоминания восьми различных видеосюжетов обнаружилось: 74 % информации запомнили в группе типа II, 21 % — в группе I, 15 % — а группе III, причем для воспроизведения характерны также искажения

имен официальных лиц, факторов, статуса, участников видеосюжета, названий стран, где происходили события¹.

Итак, результаты показали, что запоминание телевизионных сообщений, построенных в форме дикторского текста и набора видеосюжетов, также связано с характеристиками аудитории. Представители разных типов аудитории продемонстрировали более высокий уровень запоминания при восприятии видеосюжетов, причем различия в форме телесообщения наиболее важны для подготовленной аудитории (тип II). На запоминание телевизионной информации представителями других типов аудитории форма подачи сообщения влияет меньше, причем общий уровень запоминания весьма невысок. Для облегчения запоминания материала целесообразно использование специальных приемов: резюмирование основных тем сообщения в конце программы, использование графиков, карт, схем в видеоматериалах, избегание однородного видеоряда, введение дополнительной, фоновой информации о причинно-следственных связях изображаемых событий.

Результаты проведенного эксперимента позволили сформулировать следующие выводы, касающиеся оптимизации формы подачи информации на социально значимые темы. Основная аудитория телесообщений на социально значимые темы — это преимущественно один из четырех основных типов массовой аудитории (тип II): социально зрелая, активная, с рациональной жизненной позицией. Круг ее интересов связан с политикой, экономикой, общественной работой, вопросами профессионального и социального самоопределения и развития, возможностями самореализации. У этой аудитории хорошо сформулированы навыки общения со сферой МИ, высокий уровень овладения языковыми стереотипами. Ее требования к телевизионной информации: оперативность, высокая информационная насыщенность, рациональная организация информации. Остальные типы аудитории (потребительский, инфантильный, ригидный — типы I, III, IV) нуждаются в формах подачи социально значимой информации, максимально приближенных к их сферам жизненных интересов.

Аудитория любого типа должна иметь возможность реализации своей потребности в отождествлении себя с героем телесюжета или теми людьми, которые его окружают. Возможность «достроить» образ коммуникатора облегчает восприятие, категоризацию и оценку не только коммуникатора, но и той информации, которую он должен донести до зрителя.

¹ Данные получены в курсовой работе студентки IV курса факультета психологии МГУ Л. Ворсиной, выполненной под руководством О. Т. Мельниковой в 1986 г.

Литература

- Богомолова Н. Н. Специфика межличностного восприятия в массовой коммуникации // Межличностное восприятие в группе. М., 1981.
- Русс В. Значение престижности коммуникатора для эффективности речевого воздействия // Смысловое восприятие речевого сообщения (в условиях массовой коммуникации). М., 1976.
- Семенова З. Ф. Влияние роли и статуса на процессы социальной перцепции и на восприятие информации // Экспериментальная и прикладная психология. Л., 1971, №4.
- Хараш А. И. Межличностный контакт как исходное понятие психологии устной пропаганды // Вопр. психологии, 1977, № 4.
- Berlo D., Lemert Y., Mertz R. Dimension for evaluation the acceptability of message sources: East Lansing: Michigan State University, 1966.
- Goldhaber G. M. Network newsmen: fool's got the most charisma // TV guide, 1981, may 2.
- Kelman H. Processes of opinion change // Public opinion quarterly, 1961, N 25.

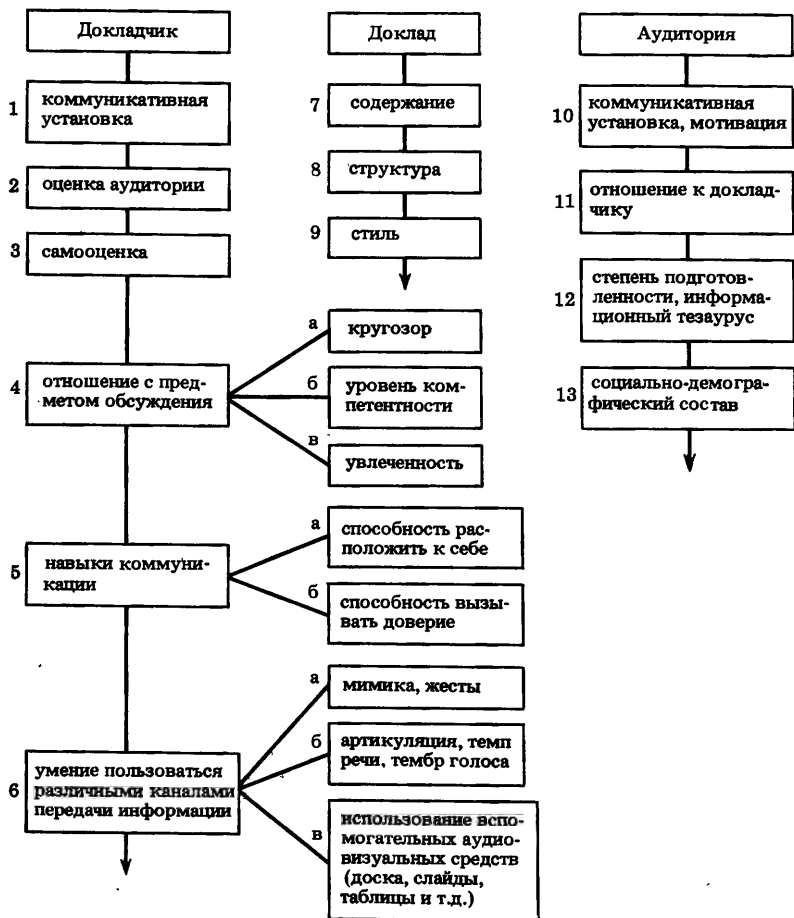
КАЧЕСТВО УСТНОГО НАУЧНОГО СООБЩЕНИЯ: ФАКТОРЫ И ОПЫТ ИХ ИССЛЕДОВАНИЯ

Адекватное владение устной речью, способность к публичному выступлению признается многими как важнейший компонент человеческой деятельности, от которого может зависеть успех или неуспех индивида в самых разных жизненных ситуациях. В странах Запада развитие навыков устного выступления в качестве учебной дисциплины включено в программу многих вузов. Только в США в этой области ежегодно выпускаются десятки учебных пособий и научных монографий*. В отечественной литературе акцент делается на исследование факторов речевого воздействия (РВ) в ситуации, когда устное выступление носит агитационно-пропагандистскую направленность.

Пожалуй, одним из наиболее существенных видов устного выступления является научный доклад. Однако почему-то именно он в наименьшей мере отмечен вниманием исследователей у нас и за рубежом. В настоящей работе будет сделана попытка исследовать некоторые факторы, связанные с эффективностью (качеством) научного сообщения. Причем мы видели свою задачу не столько в том, чтобы выделить исчерпывающее множество этих факторов, сколько в том, чтобы опробовать методические приемы при организации подобного исследования — именно в силу того, что до сих пор серьезных исследований в этом аспекте по существу не проводилось.

Поскольку научное сообщение — разновидность устного выступления, воспользуемся теми общими представлениями, которые сложились сейчас в науке применительно к структуре и основным факторам этой коммуникативной ситуации. На рис. 1 представлены наиболее важные звенья указанной структуры. Следует сказать, что предлагаемая структура отнюдь не окончательна и явно не совершенна (например, уже стало очевидным отсутствие независимости звеньев 12 и 13; возможно, в какой-то мере связаны и звенья

* См. нашу статью «Публичная речь как объект исследования. . .» в наст. изд.



5 и 6 и т. д.). Но, повторяем, построение стройной и исчерпывающей структуры факторов не входило в наши намерения. Мы хотели бы на данном этапе более или менее произвольно выбрать несколько факторов и показать, как можно было бы исследовать их роль в организации РВ. Конкретно, для исследования были отобраны звенья 7, 4, 5, 6 и 8.

Общий план исследования выглядит следующим образом. В качестве материала отбирается группа докладов. Их качество оценивается с помощью группы экспертов. Затем каждый доклад «препарировается» и ему приписываются значения соответствующих факторов (4, 5, 6, 7 и 8). Наконец, приписанные значения сопоставляются с оценками качества доклада. Каждый этап описанной процедуры нуждается в решении ряда промежуточных задач, составляющих в совокупности тот методический подход, который мы намерены предложить в данной работе. Поэтому рассмотрим названные этапы в деталях.

1. Выбор материала исследования. Самым удобным материалом нашего исследования могла бы послужить какая-нибудь конференция. Однако следует учесть ряд обстоятельств. Во-первых, эксперты, оценивающие выступления на конференции, должны быть по уровню своей подготовленности по меньшей мере не ниже самих выступающих и уж как минимум должны разбираться в предмете каждого доклада. Во-вторых, из этических соображений далеко не безобидно выглядит ситуация, когда слушатели столь тщательно оценивают качество прослушанного доклада. Мы пришли к убеждению, что эти две трудности можно преодолеть, организовав исследование на конференции молодых ученых и аспирантов. В этом случае эксперты (доктора и кандидаты наук) наверняка окажутся достаточно компетентными, а самолюбие докладчиков не будет ущемлено, поскольку обычно такие конференции рассматриваются как «учебные»; доскональный анализ докладов должен идти на пользу докладчику, который благодаря такому анализу и обучается мастерству научного сообщения. Итак, материалом исследования послужили 49 докладов, прочитанных на двух конференциях аспирантов и молодых ученых Института языкознания АН СССР (1979 г. и 1987 г.).

2. Получение экспертных оценок качества докладов. В качестве экспертов были привлечены научные сотрудники — доктора и кандидаты филологических наук. К сожалению, их число было не очень велико (это обусловлено тем, что на обеих конференциях присутствовали, в основном, научные руководители). Не удалось добиться и того, чтобы одни и те же эксперты оценивали весь набор докладов: за исключением автора данной работы, который присутствовал на всех выступлениях, остальные эксперты оценивали по пять—шесть докладов каждый. В результате по каждому выступлению было получено по три—четыре экспертных оценки, причем состав экспертов был каждый раз разным. Мы хорошо отдаем себе отчет, что в этой ситуации говорить о чистоте эксперимента не приходится. Однако, как нам кажется, этот недостаток удалось преодолеть благодаря тому, что в дальнейшем мы не сравнивали оценки отдельных докладов, а объединили их в две большие группы, условно названные «хорошими» и «плохими».

Как работали эксперты? Перед заседанием им выдавался бланк (на каждый из запланированных докладов), в котором предлагалось ответить на несколько вопросов. Первый вопрос: «Как Вы расцениваете доклад в целом?» имел пять возможных ответов («блестящий»; «хороший»; «вполне на уровне»; «посредственный»; «откровенно слабый»). Остальные вопросы требовали ответа «да» или «нет». Именно первый вопрос анкеты давал нам возможность получить интегральную оценку качества доклада. Для удобства анализа пять альтернативных ответов получили баллы («блестящий»=5; «хороший»=4 и т. д.). Мнения разных экспертов по одному и тому же докладу усреднялись. В результате все 49 докладов получили оценку в усредненных баллах, которая

колебалась от 2,27 до 5,00. Однако, поскольку статистика оценок казалась нам явно недостаточной, мы решили не рассматривать отдельные оценки, а перейти к сравнению групп докладов. С этой целью мы сформировали группу «хороших» докладов, включающую 20 докладов со средними оценками от 3,87 до 5,00 (средняя оценка по группе в целом — 4,15) и группу «посредственных», включающую также 20 докладов с оценками от 2,27 до 3,53 (в среднем по группе — 3,11). Оставшиеся 9 докладов с оценками 3,60—3,80 мы устранили из рассмотрения. В результате мы получили такое разбиение, которое, на наш взгляд, обеспечивает надежное различие по качеству, несмотря на все несовершенство экспертной процедуры.

3. Получение оценок отдельных факторов, связанных с качеством доклада. Как мы уже говорили, мы проверили в эксперименте лишь некоторые из факторов, представленных на рис. 1. Разумеется, чтобы реально оценить эти факторы, необходимо было представить их в более конкретной форме, чем это сделано на рис. 1. С этой целью мы воспользовались, в частности, работой Р. Вилкокса «Характеристика и организация устного технического доклада» [Wilcox 1959]. В результате «паспорт» доклада выглядел следующим образом: 1. Характеристики докладчика. Здесь анализировались три звена, представленных на рис. 1—4,5 и 6. Конкретные вопросы формулировались так: Проявил ли докладчик достаточный кругозор? — (4а); Показал ли докладчик компетентность в своей области? — (4б); Обнаружил ли он увлеченность своим предметом? — (4в); Был ли докладчик достаточно естествен, раскован? Нравится ли Вам его манера изложения? (оба вопроса — к звену 5); Обладал ли докладчик хорошей дикцией и артикуляцией? Был ли его язык достаточно живым и естественным? Достаточно ли громко он говорил? (все три вопроса — к 6б); Пользовался докладчик доской? Демонстрировал ли он таблицы, карты, схемы? (оба вопроса — к 6в). 2. Характеристика доклада. Здесь анализировались два звена — 7 (содержание): содержит ли доклад информацию о применявшихся методах? Можно ли понять из доклада, какие идеи и результаты считаются главными, а какие — второстепенными? Высказал ли докладчик какие-либо идеи, представляющие безусловный научный интерес? и 8 (структура доклада): Сформулировал ли докладчик свою цель (задачу)? Был ли изложен в какой-либо форме план доклада? Имелись ли четко выраженные переходы от одной части изложения к другой? Использовал ли докладчик краткие резюме или повторы при завершении очередного раздела доклада? Имел ли доклад выраженное завершение (употребление слов «получены результаты», «можно сделать выводы», «итак, в заключение...» и т. п.)? Был ли он логичен и последователен?

Итак, в анкете каждого доклада содержалось около 30 вопросов. Большая часть их требовала чисто механического ответа (ср.: Имел ли доклад выраженное завершение? Пользовался ли докладчик доской? и т. п.) и соответствующие графы анкеты заполнялись

одним экспертом — автором настоящей работы. Другие содержали оценочный элемент (Проявил ли докладчик достаточный кругозор? Нравится ли Вам его манера изложения? и т. п.) и оценивались несколькими экспертами — по образцу, описанному для случая общей оценки качества. Различие, однако, состояло в том, что здесь все вопросы требовали ответа «да» или «нет».

В анкету было включено еще несколько вопросов, не приведенных нами выше. Часть этих вопросов оказалась мало информативной. Например, вопросы: Сумел ли докладчик с самого начала завладеть вниманием аудитории? Было ли шумно во время доклада? — во всех случаях получали однозначный ответ в силу того, что аудитория почти целиком состояла из аспирантов, которые, с одной стороны, «болели» за своих товарищей, а с другой — несколько стеснялись своих наставников и руководителей. Интересным казался нам вопрос: Оценил ли докладчик свое исследование с точки зрения его новизны и актуальности? (он относился к звену 3 — самооценке). Однако положительный ответ был получен всего в двух случаях и определенных выводов сделать было нельзя. Наконец, излишними оказались вопросы типа: Не много ли было таблиц? Свободно ли обращался с ними докладчик? Эффективны ли они были для лучшего понимания доклада? Дело в том, что эти вопросы имели смысл только в том случае, когда докладчик использовал таблицы. Но таких было очень мало. Подобные вопросы пришлось исключить из анализа. В «паспорте» доклада были еще данные такого рода: продолжительность доклада (по отношению к регламенту, составлявшему 15 мин.), количество вопросов к докладчику и др. О них мы будем говорить отдельно. Итак, к настоящему анализу привлекаются 20 вопросов.

Следует сказать несколько слов о статистической процедуре анализа. Вопросы сформулированы так, что ответ «да» имеет положительное значение для качества доклада в целом. Однако, поскольку в некоторых случаях на вопросы отвечало по несколько экспертов, а в других — ровно один, число возможных ответов для разных случаев было различным, и требовалось сделать данные сопоставимыми. Поясним на примере, как мы проводили анализ. Рассмотрим вопрос: Проявил ли докладчик достаточный кругозор? При анализе 40 докладов (напомним, что 20 из них относятся к разряду «хорошие», а другие 20 — к разряду «посредственные») было получено в общей сложности 117 ответов на данный вопрос. При этом по группе «хороших» докладов — 56 ответов (из них 30 «да» и 26 «нет»), а по группе «посредственных» докладов — 61 ответ (21 «да» и 40 «нет»). Поскольку ответ «да» говорит в пользу хорошего качества, будем в дальнейшем иметь дело только с ним. Итак, в группе «хороших» докладов доля ответов «да» составляет 52,1 % от общего числа ответов; в группе же «посредственных» эта доля составляет только 34,4 %. Именно эта величина — доля ответов «да» от общего возможного числа ответов на данный вопрос — и являлась основой сопоставления данных.

4. Результаты анализа. Оценки отдельных факторов и их «вклад» в общую оценку качества доклада представлены в таблице.

Анализ данных таблицы мы начнем с сопоставления граф 2 и 4. Изначальная гипотеза состояла в том, что в группе «хороших» докладов (графа 2) доля ответов «да» должна быть выше, чем в соответствующих клетках графы 4 (группа «посредственные» доклады): ведь каждый ответ «да» свидетельствует о хорошем качестве доклада. Данные таблицы согласуются с выдвинутой гипотезой. Однако интересно посмотреть, сколь велики различия между данными граф 2 и 4 по отдельным факторам. С этой целью введем величину А, которая является попросту отношением доли «да» у «хороших» докладов к доле «да» у «посредственных» докладов. Значения показателя А выписаны в графе 7. Из нее видно, что наибольшее превосходство выявилось по фактору 7 (содержание доклада). Это означает, что именно содержание доклада более всего отличает «хорошие» доклады от «посредственных». Напомним, что под содержанием доклада у нас понималось три компонента: а) наличие информации о методах исследования; б) характеристика предлагаемых в докладе идей с точки зрения их важности/второстепенности и, наконец, в) вообще наличие в докладе каких-либо идей, представляющих научный интерес. Следующими по значимости выступают факторы «кругозор» и «увлеченность». По остальным факторам разброс значений показателя А невелик. Если рассмотреть теперь выделенные нами факторы

Таблица

Факторы рис. 1	20 «хороших» докладов		20 «посредственных» докладов		Все 49 докладов		Показа- тель А
	всего ответов	доля «да» (%)	всего ответов	доля «да» (%)	всего ответов	доля «да» (%)	
	1	2	3	4	5	6	
кругозор	56	52,1	61	34,4	139	43,9	1,51
компетент- ность	55	90,9	62	74,2	139	84,9	1,23
4 увлечен- ность	20	90,0	20	65,0	49	79,5	1,38
всего	131	74,8	143	56,0	327	66,7	1,34
5 всего	76	73,7	81	59,2	188	64,9	1,24
артикуля- ция	60	93,3	60	78,3	147	87,1	1,19
6 аудио-виз. средства	40	25,0	40	20,0	98	21,4	1,25
всего	100	66,0	100	55,0	245	61,2	1,20
7 всего	96	26,0	101	13,9	237	18,1	1,87
8 всего	156	37,8	161	29,8	384	29,9	1,27

нерасчлененно (строки «всего» в табл. 1 у факторов 4, 5, 6, 7 и 8), то окажется, что самым весомым опять-таки будет фактор «содержание доклада», а остальные четыре фактора примерно равнозначны. Наконец, интересно было посмотреть, как соотносится показатель А для суммы факторов 4, 5, 6 (факторы, связанные с докладчиком), с одной стороны, и для 7, 8 (факторы, связанные с докладом) — с другой. Оказалось, что здесь в первом случае $A=2,27$, во втором $A=1,42$; т. е. имеет место некоторое превосходство факторов, связанных с докладом.

Резюмируя данный раздел анализа, отметим главное: предложенный подход, действительно, позволяет исследовать связь тех или иных факторов с качеством докладов. В перспективе можно говорить об изучении других факторов, представленных на рис. 1 и, тем самым, о получении добротного экспериментального материала к существующим модельным представлениям данного вида речевой деятельности.

Теперь обратимся вновь к таблице (графа 6). Здесь представлены данные по всем докладам, не взирая на их качество. Поскольку число ответов «да» является косвенным свидетельством хорошего качества доклада, по данным графы 6 можно судить о том, какого качества доклады были в среднем представлены в нашей выборке. В идеале наилучшему качеству соответствовала бы величина 100 % во всех строках графы. В действительности близко к этой величине стоят лишь факторы компетентность, артикуляция (сюда входят громкость, дикция, хороший язык и т. д.), увлеченность предметом и, пожалуй, навыки коммуникации (отсутствие скованности, приятная манера изложения). Перечисленные параметры — это, так сказать, то, что можно отнести к достижениям обследованной группы докладчиков. Вместе с тем выявляются: явно недостаточный кругозор; существенные недостатки, связанные со структурой доклада (фактор 8); чрезвычайно малое внимание к аудиовизуальным вспомогательным средствам и, самое главное — далеко неблагоприятная ситуация с содержательной стороной докладов. Мы убеждены, что предложенный подход к анализу конкретных докладов может иметь прямой практический выход в область обучения мастерству устного выступления. От традиционных рекомендаций («надо добиваться улучшения всех параметров, представленных в модели») можно перейти к более узким рекомендациям, установив их иерархию по важности для данного контингента докладчиков. В данном случае можно говорить о том, что аспиранты и молодые ученые Института языкознания АН СССР имеют все предпосылки для достижения хорошей эффективности устного выступления с точки зрения факторов «докладчик» (4, 5, 6 на рис. 1), но еще очень далеки от совершенства по факторам «содержание» и «структура» доклада (7, 8). Между прочим, как нам удалось выяснить, такое положение представляется экспертам естественным. На вопрос «Справился ли докладчик со своей задачей?» в 83,5 % случаев следовал ответ «да» (даже в группе «посредственных» докладов эта доля достаточно высока — 79,8 %).

В заключение несколько замечаний дополнительного характера. Как мы говорили, регламент конференции ограничивал доклады 15 минутами. Если считать, что регламент соблюден при продолжительности доклада 15 ± 1 мин., то окажется, что из 49 докладчиков таких нашлось всего 14. Девять докладчиков (около 17 %) «вышли» из регламента на 5 и более минут (в том числе было три доклада по 8 мин., один доклад в 23 мин., один в 27 мин., а один докладчик говорил 31 мин.). Этот результат в целом следует расценить как свидетельство неумения аспирантов хорошо распределять время. Кстати, продолжительность доклада, в общем-то, не связана с общей оценкой качества: «хорошие» доклады продолжались в среднем 15, 3 мин.; «посредственные» — 16,5 мин. При этом «хорошие» докладчики в точности уложились в регламент (15 ± 1 мин.) всего в двух случаях, а «посредственные» — в 10. Нам представляется, что снисходительное отношение экспертов к соблюдению регламента объясняется во многом тем, что в лингвистике вообще бытует «привычка» выходить за рамки регламента, и несоблюдение его уже не является сильным маркером.

Специфической особенностью анализируемых конференций было то, что программой предусматривалось подробное обсуждение докладов. Достаточно сказать, что в среднем каждому докладчику было задано по три вопроса, а в прениях выступило 57 человек. Анализ вопросов показывает, что «хорошие» доклады (61 вопрос) в целом вызывали несколько больший интерес, чем «посредственные» (50). Восьми «хорошим» докладчикам было задано четыре и более вопросов; среди «посредственных» докладчиков таковых нашлось только пять. Что касается выступлений в прениях, то несколько больше половины их (53 %) были критическими, однако их число у «посредственных» докладов было явно выше, чем у «хороших» докладов (63 % и 48 % от общего числа выступлений).

И, наконец, последнее. По итогам конференции 1979 г. организаторы выделили восемь докладов, которые были отмечены премиями. Заметим, что семь из них оказались в числе «хороших» и только один — в числе «посредственных». Если составить из указанных восьми докладов отдельную группу и посмотреть ее показатели по всем нашим параметрам, то окажется, что они мало чем отличаются от показателей группы «хорошие» (табл. 1), хотя наблюдается определенная тенденция к некоторому завышению доли ответов «да» по факторам, связанным со звеном «докладчик» и некоторым занижением показателей по звену «доклад». Другими словами, для устроителей несколько более важным в оценке был докладчик, а не его доклад.

ПУБЛИЧНАЯ РЕЧЬ КАК ОБЪЕКТ ИССЛЕДОВАНИЯ: ОБЗОР НАУЧНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ США

В традиции русской и советской филологии изучение ораторского искусства ведется не в рамках одной науки, а непосредственно в тех профессионально-практических сферах, где оно является инстру-

ментом деятельности (устная пропаганда, агитация, судопроизводство, отчасти педагогика).

В США им занимается специальная научная дисциплина, имеющая академический статус, так же как и другие науки прозаической словесности¹ — массовая информация, реклама и другие.

Важно отметить, что задача приобщения обучающихся к ораторскому искусству преследует цель не только сформировать у них общую словесную культуру, но и способствует развитию личности в самом широком смысле — развитию активности, инициативности, способности эффективно отстаивать личные интересы при помощи речи [Радченко 1986]. Перенесение акцента на исследование процесса общения вообще побудило американских ученых с 70-х годов называть обсуждаемую область науки «Речевая коммуникация» («Speech Communication»); до этого времени она была известна как «Речь» («Speech»). Существующая с 1914 г. «Американская ассоциация преподавателей публичной речи» именуется ныне «Ассоциация по изучению речевой коммуникации».

Умение говорить (выступать) считается одним из ведущих видов человеческой деятельности, от которого во многом зависит успех или неуспех индивида в самых разных жизненных обстоятельствах. Не случайно именно страх перед публичным выступлением возглавил список «личных проблем», полученный в результате опроса большой группы студентов Питтсбургского университета (существенно уступала ему идущая на втором месте проблема пристрастия к наркотикам). О важности этой области говорят и результаты социологического опроса в группе бизнесменов: на вопрос, какие качества кандидатов они ценят более всего при приеме на работу, 83 % признали как «исключительно важную» способность устной коммуникации; другие качества в той или иной степени уступают ей: чувство ответственности (79 %), собранность, внутренняя дисциплина (65 %), энергичность (53 %), организаторские способности (42 %), внешние данные (30 %), инициативность, творческий элемент (19 %) и т. д.

В условиях «спонсорского» характера финансирования науки в США «Речевая коммуникация» явно пользуется «режимом наибольшего благоприятствования». Ораторское искусство преподается практически во всех университетах и колледжах (хотя, как полагают некоторые, и не всегда на должном уровне [Becker, Ekdorn 1980]), ежегодно издаются и переиздаются десятки учебников, публикуются сотни научных работ, издаются сборники лучших речей; наконец, уже 50 лет издается журнал «Vital Speeches of the Day» («Самые важные речи дня»). Если к этому добавим обширный круг работ по изучению более общих процессов коммуникации, которые в той или иной мере оказываются связанными с данной областью, то совершенно очевидно, что все это вместе взятое никак

¹ Термин Ю. В. Рождественского [см. Радченко 1986].

не может быть уложено в рамки небольшого по объему обзора. Однако нас вдохновляет то обстоятельство, что основные принципы исследовательского подхода мало изменяются от учебника к учебнику. В изложении этих принципов мы и видим свою задачу.

Начнем с того, что уже само толкование понятия «выступление» (речь, доклад) во многом определяет соответствующий исследовательский подход. Так, одни рассматривают устное выступление как частный случай коммуникации с акцентированной прагматической стороной [Dance, Larson 1976; Handbook... 1984]. Другие также обращаются к моделям коммуникации, но привлекают при этом классический информационный подход. Например, К. Тэрк [Turk 1985] демонстрирует продуктивность использования основных шенноновских элементов, к которым относятся обратная связь (ее наличие — специфическая особенность устного общения); избыточность (в данном случае — повторы или дублирование слов жестами); «шум», помехи (различаются «внутренний» шум — на смысловом уровне и «внешний» шум — посторонние звуки, духота в зале и т. п.) и т. д. Примером еще одного подхода может служить работа «Принципы речевой коммуникации» [Ehninger и др. 1984], где выступление рассматривается как речевой акт, в процессе которого говорящий сообщает группе слушателей свои идеи и доводы в ситуации непосредственного общения. При этом подходе к числу основных элементов, составляющих процесс устного выступления, относятся: выступающий (speaker), сам текст выступления (message), слушатели (audience), канал передачи сообщения и коммуникативная ситуация.

Анализ других подходов убеждает в том, что при всем их разнообразии, устное выступление почти во всех случаях сводится к относительно небольшому числу составляющих его элементов, причем выше перечисленные компоненты в той или иной форме встречаются почти везде. Поэтому есть смысл охарактеризовать их более подробно. Кстати, расчлененность процесса на отдельные компоненты, собственно, и позволяет говорить об обучении ораторскому искусству как о практической задаче, решаемой поэтапно.

Среди факторов, объединяемых понятием «говорящий», обычно выделяют: наличие у говорящего коммуникативной установки, знание им предмета обсуждения, обладание коммуникативными навыками, наличие выраженного отношения к самому себе (т. е. самооценки), а также отношения к слушателям и к предмету выступления, и, наконец, способность внушать слушателям доверие (credibility). Последнее свойство является очень важным, хотя далеко не все выступающие отдают себе в этом отчет. Разработаны приемы, способствующие повышению доверия со стороны слушателей (например, ссылка на собственный опыт, при условии, что она не производит впечатление хвастовства; удачный поиск общих с аудиторией взглядов и ценностей; ссылка на источники или на лиц, заслуживающих безусловного доверия и т. д.). Говоря о коммуникативной установке докладчика, следует отметить, что существуют различные типы сообщений: информативные (сюда

входят лекции, отчеты, научные доклады, разного рода инструкции и, наконец, демонстрации, т. е. устные инструкции, дополненные показом каких-либо действий); выступления с целью убедить в чем-то или побудить к действию; выступления в дискуссии; выступления специального характера (приветствие, представление кого-то публике, речь развлекательного характера и т. п.). Умение сочетать собственную цель с типом выступления составляет неотъемлемую часть коммуникативных навыков, обеспечивающих эффективность речи. В отечественной литературе отмечалось, что в США практически не принимается во внимание такой фактор, как идеологическая убежденность говорящего [Радченко 1986]; исследования ораторского искусства ведутся в существенном разрыве с философией, что было не свойственно, например, классической (аристотелевой) риторике. Среди проблем, связанных с фактором докладчика, упоминается еще и проблема психологической устойчивости. Практически ни один учебник не обходится без рекомендаций на этот счет. Например, страх перед аудиторией предлагается преодолевать разными способами: репетировать выступление вслух (это делают даже президенты), добиваясь полной свободы выражения; обязательно готовить заметки, заранее ознакомиться с помещением, выпить воды перед самым докладом и т. п.

Факторы, связанные со слушателями, занимают, пожалуй, в литературе наиболее видное место. Особенно много внимания в этой связи уделяется проблеме мотивации [Maslow 1970]. Цели, мотивация в равной мере важны для характеристики выступающего и слушателя. Выступая с чисто информационным сообщением, докладчик может при этом руководствоваться стремлением произвести впечатление на сидящего в зале ревизора (показать ему, что он умеет хорошо говорить), а слушатели (аудитория) могут испытывать любопытство, страх, сочувствие или одно из тех 20 мотивационных факторов, которые приводятся в вышеназванной работе [Ehninger и др. 1984, 242]. Несоответствие сообщения мотивационной установке аудитории — залог явной неудачи выступления. Наряду с мотивацией аудитории следует учитывать и другие факторы: подготовленность аудитории к аудированию (ср. научный симпозиум или митинг школьников); уровень знания слушателями предмета выступления и их интерес к этому предмету (соответственно выбирается та или иная степень подробности в изложении); социально-демографический состав аудитории; отношение к докладчику (надо считаться с тем, что в иных ситуациях оно будет недоброжелательным; на этот случай разработаны свои приемы — [Thompson 1967]). Показателем высокой степени ораторского искусства служит умение, пользуясь знанием аудитории, убедить ее в вещах весьма сомнительных по своей сути или, так сказать, «против воли». Показательны в этом смысле названия соответствующих изданий — руководств: «Искусство обмана» [Caraldi 1974], «В паутине доверчивости» [Quine, Ullian 1970] и др. Вообще следует отметить, что взаимодействие говорящего и слушающего трактуется в американской литературе

совсем не в той парадигме, что принята в СССР и ряде стран Европы. Деятельностный подход в теории коммуникации, начало которому было положено А. Н. Леонтьевым [1977], не нашел развития в исследованиях американских ученых².

В рассмотренной нами литературе по теме сравнительно мало внимания уделяется проблемам собственно текста выступления. В этом плане выделяются три основных фактора: содержание (content), структура и стиль. Понятно, что содержание как таковое вряд ли может служить объектом научного исследования. Стиль в традиции англоязычных стран обычно рассматривается в рамках обучения родному языку и потому в обсуждаемой нами области примеров анализа стилевых особенностей почти нет. Впрочем, читатель может найти в некоторых изданиях характеристику множества чисто языковых приемов и средств, усиливающих речевое воздействие (РВ): повторы и перифразы, эмфазы, метафоры и др. При необходимости привлечь в выступлении какое-либо определение, рекомендуется выбирать одно из следующих возможных способов: привести определение из словаря; пересказать его своими словами; дать определение через отрицание; вывести смысл понятия из его этимологии или из контекста; наконец, можно ввести необходимое определение через пример реальной ситуации («Каждый день большинство из вас, идя на занятия, проходит мимо старого храма. Это здание — прекрасный пример того, о чем я сегодня собираюсь говорить — архитектуры григорианской церкви...»). Среди других стилистических приемов, способствующих повышению РВ на слушателей, назовем сравнение (по аналогии или по контрасту), а также иллюстрацию (фактическую или гипотетическую). В качестве примера использования этих приемов приведем отрывок из речи Линкольна, который пытался убедить оппонентов смягчить критику в адрес правительства хотя бы на время тяжелых дней гражданской войны: «Джентльмены, представьте себе, что все ваше имущество превращено в золото, и вы передали его г-ну Бондину, известному канатоходцу, чтобы он перенес его по натянутому канату через Ниагарский водопад. Станете ли вы трясти канат, по которому он идет, и без конца кричать что-нибудь вроде „Бондин, еще наклонись! Бондин, иди быстрее!“? Нет, уверен, что вы не станете делать ничего подобного. Вы затаите дыхание и будете молча с трепетом ждать, пока он переберется на противоположный берег. Правительство сейчас находится в такой же ситуации. Оно держит в руках неслыханные богатства и тащит их через бушующий океан. Не трогайте его! Оставляйтесь спокойными, и оно благополучно выполнит свою задачу» [цит. по: Ehninger и др. 1984, 97].

Весьма популярным предметом исследования является структура устного доклада. Если выступающий заинтересован в том, чтобы слушатели лучше поняли и запомнили его сообщение, он должен

² Пример принятого у нас подхода к анализу факторов, связанных с аудиторией см.: [Тарасов 1984].

сделать так, чтобы его выступление отличалось точностью (accuracy), простотой (simplicity), уместностью (appropriateness) и связностью (coherence). Первые три фактора самоочевидны. Связность выступления тесно переплетается с психологическими процессами понимания. Слушающий не имеет возможности вернуться к началу текста (как это бывает при чтении); у него нет опоры на знаки препинания и т. д. В этой ситуации и выступает на первый план четкая структура текста и «сцепляющие» приемы: формулировка задачи («Сегодня я хотел бы остановиться на трех аспектах. . .»); резюме («Итак, я рассказал о трех аспектах. . .»); отмеченность перехода от одной части изложения к другой (ср. фразы типа «Еще более важным. . .», «Теперь рассмотрим это в другой плоскости», «Итак, что же в результате?» и т. п.). Отдельную проблему составляет начало и конец выступления. Начало, по американским взглядам, имеет такие функции: привлечь внимание слушателей, расположить их к докладчику, подготовить их к тому, что последует в главной части и т. д. К типичным приемам, обеспечивающим выполнение этих функций, относится делаемая в начале ссылка на известное лицо, факт или событие; риторический вопрос; парадоксальное заявление, анекдот и т. п. Заключительная часть выступления должна содержать привлечение внимания аудитории к главной мысли (идее) выступления; создание у слушателей определенного настроения и, как неперменный компонент, сообщение им чувства завершенности выступления.

Одно время большую популярность имели квантитативные исследования текстов выступлений. Оказалось, что статистические параметры (средняя длина предложений, длина слов и т. п.) определяют так называемую читабельность (readability) текста, т. е. степень трудности его понимания³.

Говоря о факторах, связанных с каналом передачи информации, следует отметить, что вербальный канал (т. е. собственно речь) — далеко не единственный. Выделяются еще визуальный канал (жесты, мимика, перемещения докладчика в пространстве; в работе [Mehrabian 1981] показано, что эмоциональная оценка сообщения на 55 % зависит от мимики докладчика, на 38 % от фонетико-артикуляторных свойств речи и только на 7 % — от лексического наполнения доклада), изобразительный канал (имеются в виду так называемые специальные вспомогательные визуальные средства — графики, слайды, наглядные пособия и т. п., см. об этом подробнее [Horn 1973]) и даже аудиометрический канал (использование паралингвистических средств, связанных с интонацией, темпом речи, мелодикой и т. п. [De Vito и др. 1975]).

И, наконец, последняя группа факторов, связанных с эффективностью устного выступления, — коммуникативная ситуация. Здесь выделяются факторы двух видов: 1) внешние атрибуты ситуации (physical setting) — ср. ситуации: речь оратора

³ Библиографию работ этого направления см. [Мацковский 1969].

на площади; проповедь священника в храме; речь директора фирмы, произносимая им со своего места за столом и адресованная группе стоящих перед ним подчиненных; 2) факторы «социального контекста». К последним относятся демографические качества слушателей (их возраст по сравнению с возрастом выступающего, образование, место на социальной лестнице [см. Millar D., Millar F. 1976] и целый ряд других социально-культурных факторов. Так, нельзя забывать о своего рода «кодексе коммуникативных правил», диктуемых традициями и условностями данного общества (например, вряд ли уместны нападки на политических противников в траурной речи). Если социальный контекст учтен правильно, то можно ожидать, что аудитория найдет выступление уместным (*appropriate*) и компетентным (*competent*) [подробнее об этом см.: Shimanoff 1980; *Directions...* 1972; *Social...* 1977].

Проблема коммуникативной ситуации вновь возвращает нас к вопросу о типах выступлений (см. выше). Предположим, речь идет о выступлении в дискуссии. Дискуссия, спор ведется по определенным правилам, социально принятым установлениям. Одно из них — обязательное наличие (хотя бы) двух сторон, точек зрения. Второе — дискутирующие стороны должны иметь равные возможности для изложения своих взглядов (это условие не должно ускользать от внимания докладчика). Третье — аргументация должна опираться на логику, логический вывод (малопродуктивны доводы типа «Я не знаю, почему, но я чувствую это так») и т. д.

В дискуссии оратор становится на время слушателем. Умение слушать составляет отдельную проблему. Она весьма важна (достаточно сказать, что на долю чистого слушания приходится до 40 % времени, затрачиваемого на весь процесс коммуникации), но мы оставляем ее в стороне, отсылая читателя к подробной библиографии по этой проблеме [Wolvin, Coakeley 1982]. Вообще обсуждаемый тип ораторской речи, пожалуй, наиболее тесно связан с классической риторикой, и практические рекомендации здесь часто переключаются с логикой Аристотеля. Так, не рекомендуется опираться на выражения с двойным отрицанием типа «Вы не можете доказать, что это не получится»; не следует апеллировать к пробелам в человеческом знании (т. е. прибегать к *argumentum ad ignorantiam*). Нежелательно использовать аргументы, начинающиеся с утверждения «Все знают, что...» (*argumentum ad populum*). Недопустим и такой прием, как личный выпад — *argumentum ad hominem* [Sproule 1980; Copi 1978].

Итак, исследованию проблем публичной речи в США придается большое значение. Значительные достижения есть и в области теоретических обобщений, и в области практического приложения научных результатов. Вместе с тем, на наш взгляд, здесь пока недостаточно полно используются возможности экспериментального психолингвистического подхода, свойственного, например, работам советских авторов. Отметим также и тот факт, что исследования эффективности публичной речи в отечественной

и зарубежной литературе отличаются крайне низкой степенью взаимодействия, что, как правило, не свойственно другим областям лингвистической науки.

Литература

- Леонтьев А. Н. Деятельность, сознание, личность. М., 1977.
- Мацковский М. С. Применение формул читабельности для получения некоторых количественных характеристик семантической информации / НТИ. Сер. 2, 1969, № 6.
- Радченко В. Н. Американская наука об ораторском искусстве в XX в. Автореф. дис. канд. филол. наук М., 1986.
- Тарасов Е. Ф. Анализ лекционной аудитории: В помощь лектору. М., 1984.
- Becker S. L., Ekdom L. R. V. That forgotten basic skill: oral communication // Association for communication administration bulletin, 1980. Aug.
- Bettinghaus E. P. Persuasive communication / 3rd ed. N. Y., 1980.
- Bryant D. C., Wallace K. R., McGee M. C. Oral communication: a short course in speaking / 5th ed. New Jersey: Englewood Cliffs, 1982.
- Capaldi N. The art of deception. Buffalo, N.Y., 1974.
- Cohen E. Speaking the speech / 2nd ed. N. Y., 1983.
- Copi I. M. Introduction to logic / 5th ed. N. Y., 1978.
- Cronkhite C. Public speaking and critical listening. Menlo Park, California, 1978.
- Dance F. E. X., Larson C. E. The functions of human communication: a theoretical approach. N. Y., 1976.
- De Vito J. A., Giattino J., Schön T. D. Articulation & voice; effective communication. Indianapolis, 1975.
- Directions in sociolinguistics; the ethnography of communication / Ed. by J. J. Gompers, D. Hymes. N. Y., 1972.
- Ehninger D. Influence, belief and argument: an introduction to responsible persuasion. Glenview, Illinois, 1974.
- Ehninger D., Gronbeck B. E., McKerrow R. E., Monroe A.H. Principles of speech communication / 9th ed. Glenview, Illinois, 1984.
- Handbook of rhetorical and communication theory / Ed. by C. C. Arnold, J. W. Bowers. Boston, 1984.
- Horn G. F. Visual communication; bulletin boards, exhibits, visual aids. Worcester, Minnesota, 1973.
- Hunt G. T. Public speaking. New Jersey; Englewood Cliffs, 1981.
- Maslow A. H. Motivation and personality. N. Y., 1970.
- Mehrabian A. Silent messages; implicit communication of emotions and attitudes / 2nd ed. Belmont, 1981.
- Millar D. P., Millar F. E. Messages and myths: understanding interpersonal communication. Port Washington, 1976.
- Peterson B. D., White N. D., Stephan E. G. Speak easy: an introduction to public speaking. St. Paul: West Publ. Co., 1980.
- Quine W. V., Ullian J. S. The web of belief. N. Y., 1970.
- Shimanoff S. B. Communication rules: theory and research // Sage Library of Social Research, 1980, N 97.
- Simons H. W. Persuasion: understanding, practice and analysis. Reading, Massachusetts, 1976.
- Social rules and social behavior / Ed. by P. Collett. Totowa, New Jersey, 1977.
- Sproule J. M. Argument: Language and its influence. N. Y., 1980.
- Taylor A. Speaking in public. New Jersey: Englewood Cliffs, 1979.
- Thompson W. N. Quantitative studies in public address and communication. N. Y., 1967.
- Turk Ch. Effective speaking. Communication in speech. L., 1985.
- Walter O. M., Scott R. L. Thinking and speaking: a guide to intelligent oral communication / 4th ed. N. Y., 1979.
- Wilcox R. P. Characteristics and organization of the oral technical report // General motor Engineering Journal, 1959. Vol. 6.
- Wolvin A., Coakeley C. Listening. Dubuque, Indiana, 1982.
- Zimbardo Ph. G., Ebbesen E. B., Maslach Ch. Influencing attitudes and changing beliefs / 2nd ed. Reading, Massachusetts, 1977.

Общее представление о коммуникативном контакте

Коммуникативный контакт (КК) признается существенной стороной общения, необходимым предваряющим всякий разговор моментом. Нельзя сказать, что этот контакт обделен вниманием специалистов. «Это очень важная, — отмечает Е. Ф. Тарасов, — сторона общения: от того, как будет решена задача привлечения внимания и установления контакта, зависит успех конкретного акта общения» [Сорокин, Тарасов, Шахнарович 1979, 87]. При этом к КК отношение несколько двойственное: с одной стороны, он представляет собой первичное условие всякого общения, а с другой стороны — это все-таки лишь условие, а не само общение и поэтому есть нечто второстепенное. В силу этого содержательные исследования, специально посвященные анализу КК, сравнительно немногочисленны. Можно согласиться с авторами книги, посвященной лекционной пропаганде: «Если по методике чтения лекции, — пишут они, — имеется достаточно обширная литература, то проблеме контакта лектора и аудитории „повезло“ значительно меньше: пишущие на эту тему, как правило, не выходят за пределы констатации важности и необходимости установления такого контакта, либо рассматривают отдельные его стороны» [Мехонцев и др. 1975, 27].

Разумеется, нельзя сказать, что относящиеся к проблеме КК вопросы остались вовсе вне сферы внимания специалистов по социологии, риторике, лингвистике, психологии, семиотике, ораторскому мастерству и лекционной пропаганде, психолингвистике, социолингвистике. Публикации на данную тему носят весьма разнообразный характер. Например, Г. Ревеш положил теорию контакта в основу высказанной им гипотезы о происхождении языка [Revesz 1956]. Критическое рассмотрение попыток Г. Ревеша и некоторых других специалистов биологизировать природу контактов между людьми, и, в частности, обосновать значение физического (или пространственного) контакта в онтогенезе человеческого общения представлено в работах А. Е. Войскунского [1982] и Д. И. Рамишвили [1971]. В этой связи уместно вспомнить, что Я. Щепаньский [1969] различает пространственный, психический и социальный контакт, и лишь на основе социальных контактов вводит представление о взаимодействиях. Социально-психологический аспект пространственной и иных форм межличностного контакта обсуждается в работах А. У. Хараша [1975; 1977]. В генетическом плане «потребность в эмоциональном контакте» рассматривается К. Обуховским [1971]. Зависимость развития речи детей от особенностей эмоционального контакта со взрослыми анализируется в последнее время на все более обширном экспериментальном материале [Общение и речь, 1985].

Ряд публикаций по проблеме КК связан с фатическим общением, начало рассмотрению которого положила известная работа Б. Малиновского [Malinowski 1927]; впоследствии же заметную роль сыграла предложенная Р. Якобсоном классификация речевых функций [1975]. Специалистами высказано мнение, что для фатического общения характерны хронотопы приема гостей, разговоров по телефону, пребывания на вечеринке, на приеме, в местах отдыха, непродолжительных встреч на улице или на выставке, предоперационной беседы врача с пациентом, знакомства, встречи, расставания; в качестве тематики фатического общения чаще всего называются разговоры о погоде, о здоровье, о семейных делах, о знакомых, о работе и занятиях, о сортах выбираемых или дегустируемых вин [Азнабаева 1978; Драздаускене 1970; Раздорский 1979; Lehrer 1975; Piotrowski 1972]. Признается, что при обучении иностранному языку необходимо уделять значительное внимание фатическим элементам речи [Леонтьев 1970, 16]. В то же время было экспериментально показано, что среди значимых различий между наиболее и наименее престижными (согласно анкетам, распространенным среди учащихся) учителями фигурировало то обстоятельство, что первые употребляют в два раза больше единиц, несущих фатическую функцию, чем вторые [Руус 1976].

Данных о том, что фатическое общение представляет собой важный и значительный аспект взаимоотношений между людьми, более чем достаточно. При этом приходится признать, что изучение фатического общения ведется весьма разнопланово, отсутствует единая исследовательская парадигма. Стоит отметить появившуюся более десяти лет назад работу [Organization. . . 1975, 215—238], в которой феномены фатического общения были сопоставлены с некоторыми социологическими параметрами, а также с параметрами «техники» коммуникации — проксемикой, кинесикой, параметром «инициативы» в разговоре и т. п. Для этого, как будет показано ниже, имеются определенные основания. Однако данное направление исследований также не получило существенного развития.

В то же время коммуникативная реальность включает в себя феномены совсем иного плана. Так, вопреки убеждению, что фатическое общение, способствуя установлению контакта между людьми, позволяет избежать тягостного молчания (вместо оживленного разговора), имеются данные, согласно которым молчание не служит помехой контакту. Можно, к примеру, процитировать слова Д. Хаймса по поводу коммуникации среди североамериканских индейцев вишрамов, культура которых «не знает универсалии языкового употребления, которую Малиновский назвал „фатическим общением“, а Сэпир утвердил как всеобщую функцию; вишрамы не испытывали потребности заполнять молчание разговором. . . . Необязательность разговора чрезвычайно ясно видна при сравнении с ситуацией визита в наше общество. Индеец мог прийти в дом к другу, посидеть там и уйти без единого слова. Друг об этом позднее говорил так: „Такой-то приходил ко мне

вчера". Уже сам факт, — что он потрудился прийти, был достаточным элементом общения. Визит не должен обязательно включать в себя беседу, если нет необходимости что-либо сообщить» [Хаймс 1975, 259]. Таким образом, при несомненном наличии контакта отсутствует вербальная активность, а к коммуникации прибегают исключительно с целью информирования. Исследователями начата работа по систематизации ситуаций, в которых контакт не разрушается молчанием, а наоборот — даже предполагает молчание [Key 1975, 116—121; Communication. . . 1976, 124—132; Bruneau 1973].

Имеются данные, что коммуникация может осуществляться в определенном смысле без помех и в том случае, когда контакт как бы приобретает свойство дискретности. Так, на острове Антигуа (одном из Малых Антильских островов), как отмечает исследователь, «в коротком разговоре со мной, который длился около трех минут, девушка окликнула кого-то на улице, сделала замечание маленькому мальчику, немного попела, велела ребенку идти в школу, еще немного попела, сказала ребенку пойти купить хлеба и т. д., все время продолжая разговор о ее сестре» [Reisman 1974, 114].

Иллюстративные примеры (в том числе — противоречащие друг другу) можно было бы множить, однако и без того достаточно очевидно, что анализировать взаимоотношения, сложившиеся между общением и КК на чисто феноменологическом уровне — дело малоперспективное. В поисках теоретической базы было бы, несомненно, полезнее всего рассмотреть место КК в структуре человеческой деятельности и провести соответствующий анализ с позиций психологической теории деятельности.

Специфика КК — это отражение специфики потребности в общении в ряду других человеческих потребностей. В философии и психологии подробно обоснована предметность потребностей, отмечено значение момента «нахождения» потребностью адекватного предмета (он становится мотивом), после чего соответствующая этой опредмеченной потребности деятельность приобретает направленный характер. «Встреча потребности с предметом есть акт чрезвычайный, — отмечает А. Н. Леонтьев. — . . . Этот чрезвычайный акт есть акт опредмечивания потребности — „наполнения“ ее содержанием, которое черпается из окружающего мира. Это и переводит потребность на собственно психологический уровень» [Леонтьев 1983, 145]. Конечно же, теоретический анализ не ограничивается констатацией того факта, что состоялась встреча потребности с адекватным ей предметом, в результате чего опредмеченная потребность регулирует и направляет деятельность субъекта потребности. Широко признается, хотя и не всегда акцентируется, что поиск предмета может оказаться сколько угодно продолжительным, к тому же опредмечиванию может предшествовать анализ потенциального предмета и выявление в нем первоначально, быть может, скрытых признаков и качеств, делающих его адекватным предметом потребности.

Таким образом, «чрезвычайный акт» встречи потребности с адекватным предметом способен иметь продолжительную предысторию, включать поисковую и исследовательскую активность субъекта потребности. Существенным для акта опредмечивания признается активное отношение субъекта к предмету потребности, а вот в последнем если и не предполагается пассивность, то уж во всяком случае не усматривается, как правило, субъективность. Такой подход вполне адекватен, пока теоретический анализ момента опредмечивания потребности опирается на известный фактологический материал, который составляет относительно узкий набор достаточно хорошо изученных в психологии и в этологии видов потребностей. Потребность же в общении лишь в недавнее время стала предметом интенсивных исследований, и она вносит в рассматриваемую картину определенную специфику.

При разговоре о потребности в общении мы будем прежде всего опираться на результаты анализа, проведенного коллективом под руководством М. И. Лисиной, осуществившего наиболее систематические исследования в данной области; укажем лишь последнюю по времени публикацию [Общение и речь 1985], в которой содержатся ссылки и на предшествующие работы М. И. Лисиной и ее сотрудников.

Предметом потребности в общении является другой человек: и было бы недостаточным рассматривать его исключительно как объект для опредмечивания чужой потребности в общении, ибо в этом «объекте» неминуемо и закономерно проявляется качество субъективности. Более того, субъективность человека — предмета чужой потребности в общении — с необходимостью должна носить в точности такой же характер, какой она имеет у субъекта потребности в общении. Ведь для того, чтобы состоялся акт общения, необходима двусторонняя активность двух субъектов, у каждого из которых актуализируется потребность в общении, предметом которой выступает другой субъект. Этот момент заслуживает того, чтобы быть специально отмеченным.

Итак, специфика потребности в общении в отличие от более традиционных анализировавшихся психологами потребностей заключается в том, что ее недостаточно охарактеризовать как встречу актуализированной потребности с предметом удовлетворения потребности, как акт опредмечивания. С рассматриваемым видом потребностей дело обстоит сложнее. А именно, встречи актуализировавшейся у некоего субъекта А потребности в общении с адекватным предметом (потенциальным партнером В) явно недостаточно: этому должна сопутствовать актуализация у этого «предмета» — потенциального партнера по общению — аналогичной потребности в общении, предметом которой обязательно должен оказаться сам субъект А. Лишь в этом случае — при взаимном опредмечивании потребностей — может состояться акт общения между субъектами (собственных потребностей в общении) и одновременно предметами (актуализировавшихся у партнеров потребностей в общении), т. е. коммуникативными партнерами

А и В. Именно этот момент взаимного опредмечивания потребности мы полагаем спецификой потребности в общении. И именно такому взаимному опредмечиванию потребности в общении мы полагаем возможным дать наименование «коммуникативный контакт».

Предложенное понимание не противоречит распространенному представлению о контакте как о предварительном условии, вспомогательном моменте всякого акта общения. Действительно, опредмечивание потребности в общении предшествует собственно общению, т. е. удовлетворению этой потребности. Кроме того, получают объяснение встречающиеся в реальной жизни случаи одностороннего контакта, когда, несмотря на предпринятые попытки, общение не состоялось. В самом деле, ведь, к примеру, непочитанные или недоставленные письма — это неразделенный контакт, так же как и безуспешные попытки обратить на себя внимание потенциального партнера, не пожелавшего вступить в общение. Такие ситуации легко поддаются интерпретации: присущая субъекту А потребность в общении нашла в качестве предмета субъект В, в последнем же потребность в общении либо вообще не актуализировалась, либо обнаружила другой предмет, отличный от субъекта А, и тем самым взаимное опредмечивание, т. е. КК не имел места. При этом не отрицается определенная значимость одностороннего контакта: сочинение, например, писем, которые никто не читает, может занять иной раз заметное место в жизни отдельного индивидуума. Однако такого рода действия чаще всего служат удовлетворению вовсе не потребности в общении, а какой-то иной потребности, либо их можно интерпретировать как активный поиск контакта, активные попытки превратить хоть кого-то из потенциальных партнеров в партнера актуального. Точно так же может быть признано правомерным бытующее в применении к детям младенческого возраста выражение «потребность в контакте»: попытки выделить в окружении адекватного потенциального партнера и применить средства, с помощью которых выделенный субъект станет актуальным партнером (т. е. будет иметь место контакт) могут не только предшествовать собственно общению, но и служить главным проявлением потребности в общении [Войсункинский 1982, 76—77].

Для объяснения феноменов «молчаливого» контакта может быть использовано разработанное А. У. Харашем [1977] представление о взаимопроникновении сфер жизнедеятельности коммуникантов. Когда, например, такое взаимопроникновение неоднократно имело место в прошлом, то подлинный контакт становится, по выражению А. У. Хараша, пролонгированным. При этом интенсивность коммуникации между партнерами не есть, на наш взгляд, необходимый признак пролонгированного контакта. А поскольку обычай «молчаливого» контакта наблюдается по большей части среди коротко и давно знакомых, живущих сходной жизнью в обособленных местностях индивидуумов, то сами по себе взаимные посещения служат знаком пролонгированного контакта, общение же при этом ограничивается перцептивной стороной, а основания для

интеракционного или коммуникативного обмена актуализируются сравнительно нечасто.

Предложенное понимание контакта не предполагает синхронного одновременного опредмечивания потребности в общении. Во-первых, при письменном общении временной лаг неизбежен и заранее предполагается партнерами. А во-вторых, встретившаяся с адекватным предметом потребность в общении способна вызвать в субъекте потребности активность, призванную актуализировать в потенциальном партнере аналогичную потребность в общении. Такая активность нередко принимает форму коммуникативных операций — средств осуществления действий. Именно операциями справедливо называет В. С. Мерлин средства установления контакта с потенциальным партнером. Но кроме того, средства побуждения партнера к вступлению в контакт, т. е. к ответному опредмечиванию потребности в общении, способны занимать в структуре человеческой деятельности место действий, подчиняющихся специфической коммуникативной цели [Войсунский 1977]. Наконец, рассматриваемый вид активности может представлять собой деятельность, побуждаемую самостоятельным мотивом. Таким образом, получают теоретическое объяснение усилия коммуникаторов, направленные на то, чтобы заинтересовать других, завязать знакомство, завладеть вниманием собеседника либо аудитории, добиться аудиенции, заслужить право переписки и т. д. Как легко видеть, борьба за контакт, за переход от одностороннего к двустороннему опредмечиванию потребности в общении может занимать любое место в структуре человеческой деятельности, т. е. может представлять собой и самостоятельную деятельность, и действие, и операцию. И во всех случаях попытки установления КК играют вспомогательную роль, предворяя акты общения между людьми.

Правда, выяснение места контакта в структуре деятельности, признание его специфическим качеством потребности в общении немногим приближает нас к пониманию того, что конкретно характеризует наличие или отсутствие КК. Действительно, каковы признаки установления контакта между двумя субъектами или между выступающим и слушателями? Очевидно, в повседневном общении люди ориентируются на те или иные признаки, по которым судят о наличии либо отсутствии КК. Как замечает Э. Гоффман, «в наиболее полном смысле слова можно сказать, что контакт имеет место тогда, когда индивидуумы одновременно обращаются друг к другу, им это одновременно становится известно, и одновременно каждый знает, что это известно» [Goffman 1972, 96]. Однако какова природа «знаний» о наличии контакта? Об этом можно говорить пока лишь в гипотетическом плане.

При равноправии партнеров (в отличие от ситуаций навязанного общения, когда младший по возрасту, званию или положению не может уклониться от контакта) установление контакта, т. е. взаимное опредмечивание потребности в общении — дело в значительной степени добровольное; кроме того, по желанию каждого из партнеров контакт может быть в любой момент разорван. Значит,

и при вступлении в общение, и в ходе общения партнеры так или иначе проверяют наличие контакта и «сигнализируют» друг другу о продолжении либо прерывании контакта. Более того, могут задаваться специальные вопросы (типа Вы слушаете?), т. е. имеются всем известные прямые средства проверки наличия контакта. Однако нельзя не учитывать, что о наличии или отсутствии контакта каждый индивидуум в состоянии судить и косвенно, т. е. не задавая специальных вопросов. Тем самым система имеющихся косвенных показателей наличия контакта вполне адекватна для регуляции межчеловеческого общения.

На наш взгляд, имеет смысл говорить именно о системе таких косвенных показателей, или параметров, а не о каком-либо единственном показателе контакта. Однако о составляющих такую систему показателей контакта элементах и об их иерархии можно пока говорить лишь предположительно. Именно в этой связи изучение КК связано, как это отмечалось выше, с исследованиями в области невербальной коммуникации. Исследования такого рода, хотя они и ведутся достаточно широко, все же не привели, кажется, до сих пор к вполне конкретным и однозначным выводам.

К числу потенциальных составляющих системы показателей наличия контакта должны быть прежде всего отнесены некоторые содержательные параметры общения, как-то, к примеру, соответствие высказываний теме разговора, непротиворечивость высказываний, соблюдение речевого этикета, адекватное реагирование на слова (в частности, на вопросы) партнера, соответствие реплик стилю разговора и позициям партнеров и т. п. Исследования в близких областях в настоящее время ведутся — например, имеются работы по «постулатам» общения, по этикету и стилям диалогической речи, по методам ведения полемики и дискуссии, по различению коммуникативных позиций в актах общения, — однако степень разработанности всех этих вопросов еще далека от окончательных решений.

Можно утверждать, что одних лишь содержательных параметров недостаточно для безошибочной «сигнализации» об установлении или о разрыве контакта. Для обоснования такого утверждения могут быть привлечены материалы, связанные с механизмом функционирования контакта в условиях письменного общения. Для эволюционно более молодого (по сравнению с устно-речевым общением) письменного общения установление контакта связано зачастую с осознаемыми усилиями. Недостаточной сформированностью в письменном общении системы показателей контакта могут быть, на наш взгляд, объяснены успешные попытки имитации такого общения. Ряд таких попыток предпринимался разработчиками систем искусственного интеллекта. Имеются в виду «беседы» испытуемых (посредством письменной речи) со специальными программами для ЭВМ, призванными поддерживать связанный диалог. Результаты некоторых экспериментов такого рода рассмотрены в работе [Войскунский 1983]. В ходе проведенных экспериментов у испытуемых в подавляющем большинстве случаев

не возникало подозрений в неестественности сеанса общения, в котором они принимают участие; испытуемые предпринимали усилия к тому, чтобы добиться «полноценного» (в их понимании) общения; малоудачные (выпадающие из контекста, грамматически неправильные) сообщения компьютера испытуемые объясняли особыми целями «партнера» (например, пошутить) или помехами в канале связи.

Отметим любопытный экспериментальный факт: как сообщают исследователи, достаточно обменяться всего пятью репликами, чтобы составить мнение о соответствии / несоответствии завязавшегося общения привычному способу ведения диалога, и если на этом отрезке общение не было прервано, то наличие контакта впоследствии не подвергается сомнению. В одном из экспериментальных исследований была создана ситуация полностью иллюзорного контакта: те лица, которые принимались испытуемыми за партнеров по акту общения, на самом деле вели диалог совсем с другими людьми [Werner, Latane 1976]. Большая часть испытуемых не заподозрили, что контакт иллюзорен, они достаточно высоко оценили и акт общения (вернее было бы сказать, псевдообщения), и «партнера» (псевдопартнера). При этом в условиях письменного канала связи псевдообщение получило даже несколько более высокую оценку, чем настоящее, не иллюзорное общение. Тем самым при письменном общении сравнительно легко (легче, чем при устно-речевом общении) возникает иллюзия превращения одностороннего контакта в полноценный двусторонний контакт.

Обращение к работам, связанным с имитацией контакта, позволяет обосновать следующее утверждение: для безошибочного суждения о том, состоялся ли контакт, одних содержательных показателей недостаточно, необходимы еще и невербальные показатели. Ведь содержательные показатели наличествуют в письменном общении в полном объеме, а невербальные показатели отсутствуют либо резко ограничены. Единственный, по-видимому, доступный в условиях письменной связи невербальный параметр — это временная структура обмена сообщениями, и данный показатель, как отмечают исследователи, непременно учитывается испытуемыми. Итак, можно утверждать, что система показателей КК для нормального своего функционирования должна включать ряд невербальных параметров.

Невербальные показатели наличия контакта, по-видимому, более многочисленны, чем содержательные параметры. О наличии или отсутствии КК можно в той или иной мере судить по мимическим средствам выражения эмоций, по временным параметрам диалога (продолжительности говорения и молчания, перебиваниям), по «контакту глаз», по согласованности жестикуляции с собственной речью и со словами партнера, по проксеимическим характеристикам и т. п. Очевидно, для всех параметров такого рода имеются наряду с универсальными элементами возрастные, половые, ситуационные, этнические, индивидуальные вариации, которые также изучаются

специалистами. Исследование показывает, что не может быть выделен единственный конкретный параметр, выполняющий функцию сигнализации о наличии либо прерывании контакта. Регуляции общения служат комплексы показателей, и в результате исследователи перешли к попыткам описать и проанализировать структуру невербального поведения в стандартных коммуникативных ситуациях. Среди таких ситуаций — приветствия, знакомства, прощания, готовность передать очередь говорить партнеру, подготовка к перебиванию собеседника, намерение удержать инициативу в диалоге за собой и т. п.

Исследования в данной области разнохарактерны и довольно многочисленны, так что отметим лишь отдельные монографии [Argyle 1975; Duncan, Fiske 1977; Jaffe, Feldstein 1970; Kendon 1977; Key 1975] и сборники статей, в которых собраны важнейшие публикации [Communication... 1972; 1976; Nonverbal... 1978; 1979; Organization... 1975; Studies... 1972]; ограничимся зарубежными источниками, так как отечественные и более известны, и более доступны. Отдельными группами исследователей разработан ряд методов наблюдения, регистрации и описания таких невербальных параметров, как жесты, мимика, направление взгляда, соблюдение дистанции, временные параметры диалога, изменение позы и т. п. Анализировалась также зависимость невербальных параметров от некоторых содержательных компонентов речи и типов общения. Много внимания уделяется онтогенетическому изучению невербальных параметров общения, зарождению контакта младенца с матерью. К сожалению, разные исследователи редко используют согласованный методический инструментарий — даже в тех случаях, когда регистрация экспериментальных данных автоматизирована.

В качестве примера могут быть упомянуты исследования, посвященные изучению темпоральной (временной) структуры общения. Начало этому направлению исследований положили специалисты в области антропологии и в области телефонной связи, проводившие экспериментальную работу еще в довоенное время. Однако наиболее широкую известность получило исследование, в котором сбор и обработка результатов осуществлялась с помощью специальной программы для ЭВМ [Jaffe, Feldstein 1970]. Существенно, что удалось автоматизировать и регистрацию экспериментальных данных, и их переработку с последующей подготовкой выводов. Тем самым была решена проблема обеспечения надежности (путем освобождения от субъективных решений наблюдателя) экспериментальных результатов, с чем сталкивались другие исследователи в этой области. Обработка значительного экспериментального материала привела к формулированию ряда положений, относящихся к временной структуре диалога (интервью). Были выявлены конкретные диалогические состояния (связанные с феноменами говорения или молчания каждого из двух партнеров, а также с тем, кому принадлежит в каждый конкретный момент инициатива) и было показано, что смена этих состояний в ходе

общения может быть описана с помощью формального аппарата конечных цепей Маркова. Разработанный метод сбора и анализа экспериментальных данных получил высокую оценку ряда специалистов, в том числе отечественных [Дистанционное наблюдение. . . 1982, 41—43]. И вместе с тем в литературе была высказана серьезная критика в адрес рассматриваемого направления исследований. Критиками указано на спорность конкретных исходных положений (связанных с дискретизацией регистрируемых — и далее анализируемых — данных), на возможность альтернативных интерпретаций, на ограниченность объяснительной силы примененной стохастической модели и т. д. [Braehler, Zenz 1975]. Сомнения в методической корректности выполненной работы заметно подорвали убеждение в обоснованности полученных выводов. В итоге, поскольку возникли сомнения в правомерности проделанной работы, стали появляться сообщения о создании новых компьютерных методик анализа временной структуры диалога; о фундаментальных результатах в этой области говорить пока рано.

Пространный пример был приведен с целью показать, что доступные данные о невербальных показателях контакта не только плохо «стыкуются» между собой, но и не во всем достоверны. А потому на современном уровне развития наших знаний не представляется возможным с точностью эксплицировать конкретный состав невербальных (как, впрочем, и содержательных) показателей контакта и тех «сигналов», которыми, согласно предположению, обмениваются коммуниканты, дабы информировать друг друга об установлении, о разрыве или о продлении контакта. Может быть высказано еще одно предположение. Оно основывается на том бесспорном обстоятельстве, что сложившаяся в результате эволюции форм человеческого общения система вербальных и невербальных показателей коммуникативного контакта оказалась высокоэффективной и высокодинамичной, обеспечивающей все многообразие человеческих контактов. Ведь контакт может быть установлен и с иностранцем, и с ребенком, и с человеком с дефектами речи. А потому можно предполагать, что каждый человек владеет целым репертуаром (более или менее обширным в зависимости от индивидуального опыта общения) показателей контакта и в зависимости от коммуникативной обстановки пользуется тем или иным «сценарием» из такого репертуара. В качестве перспективного психологического механизма, посредством которого приобретается и интериоризируется такой набор показателей контакта (и соответствующих «сигналов»), некоторые исследователи [Войскунский 1983, 18—20] привлекают механизм атрибуции. С этим можно согласиться, так как значимость атрибуции в процессах общения обоснована рядом авторитетных исследователей; примером такого обоснования может служить работа Г. М. Андреевой [1980].

Таково краткое рассмотрение вопроса о месте КК в структуре человеческой деятельности и о возможных составляющих системы вербальных и невербальных показателей контакта.

Задачей данного раздела является экспериментальное выявление средств и способов установления контакта, т. е. тех приемов, с помощью которых говорящие пытаются добиться опредмечивания потенциальным партнером потребности в общении и превращения тем самым одностороннего контакта в двусторонний; напомним, что лишь двусторонний КК представляет собой подлинно адекватную основу для последующего общения. Правда, многие такие приемы были известны еще в античные времена и широко применялись риториками. С тех пор и до наших дней к особенностям установления контакта с аудиторией или с отдельными собеседником проявляют внимание политические и судебные ораторы, воспитатели и преподаватели, журналисты и проповедники, лекторы и методисты лекционной пропаганды и т. д. Известно немало эмпирическим путем найденных способов обратить на себя внимание и заставить себя слушать, т. е. добиться контакта, и многие такие способы активно применяются. В связи с этим следует уточнить исследовательскую задачу.

Поставленная задача включала выявление тех конкретных способов «борьбы» за контакт, которыми пользуются не прошедшие никакого специального обучения носители русского языка. Тем самым предполагалось выявить в каком-то смысле «рабочие», реально применяемые способы установления контакта, доступные не только специалистам, но и рядовым индивидуумам. Кроме того, в задачу исследования входило оценить и выявить эффективные способы установления контакта, т. е. те примененные испытуемыми средства, которые реально приводят к контакту, способствуя опредмечиванию потенциальными партнерами потребности в общении. Вообще говоря, реально (и даже привычно) применяемые в качестве попыток установить контакт средства могут носить весьма разнообразный характер, например, включать прямые обращения к потенциальному партнеру, просьбы и уговоры уделить время для беседы, требования о контакте и т. п. И в том числе — вербальные приемы и способы, рассчитанные привлечь и заинтересовать потенциального партнера (например, тематикой предлагаемого разговора), а на этой основе — побудить его к опредмечиванию потребности в общении, установлению контакта. Именно этот вид вербальных средств будет нас интересовать в данной работе. Поэтому необходимо хотя бы предположительно указать механизм установления контакта в результате применения такого рода средств.

Для понимания механизма осуществления КК следует обратиться к установочно-диспозиционному уровню регуляции деятельности. Будучи существенным элементом социального опыта индивидуума, установки, диспозиции и predispositions, понимаемые как состояния предрасположенности, готовности к тем или иным формам активности, связывают потребности с условиями их

проявления. Как пишет В. А. Ядов, «будучи глубинной основой всех мотивов поведения и отдельных поступков, потребности, однако, могут и не включаться в прямую поведенческую „цепочку“, но как бы в скрытом, в снятом виде побуждают к деятельности через соответствующие диспозиционные образования» [Социальная психология 1979, 114—115]. Неотъемлемая связь установок со смысловыми образованиями зафиксирована в представлении об уровневой природе установки выделением страты смысловых установок [Асмолов 1979]. Вообще исследование установок, аттитюдов, диспозиций, predispositions, отношений представляет собой весьма заметный перспективный фронт работ психологов как за рубежом, так и в нашей стране, однако эти исследования чаще всего не включают напрямую проблематику общения, за исключением разве что работ, в которых predispositions факторы связываются, к примеру, с эффективностью действия средств массовой коммуникации [Шерковин 1976].

В силу слабой разработанности вопроса попытаемся предложить не более чем схематическое представление процесса перехода одностороннего контакта в двусторонний контакт как результат действия специальных вербальных средств, направленных на актуализацию у потенциального партнера потребности в общении. Ключевым является вопрос о роли тех средств, приемов и способов, которые применяются субъектами с целью побудить потенциального партнера вступить в контакт и анализ которых интересует нас прежде всего. На наш взгляд, все эти средства, приемы и способы призваны служить актуализации у потенциального партнера соответствующих социальных установок (представляющих собой средний уровень иерархической диспозиционной структуры, по В. А. Ядову). Таким образом, успешность попыток побуждения потенциального партнера к вступлению в КК зависит от правильности «попадания» в одних из элементов системы установок, сформировавшейся у потенциального партнера в ходе предшествующего опыта. А потому изучение способов установления КК есть в то же самое время изучение актуальной структуры социальных установок личности и открывает путь к изучению смыслообразования.

В социальных установках выделяются, как правило, три составляющих их компонента: аффективный, когнитивный и поведенческий. Соответственно и применяемые для установления контакта средства могут ориентироваться на каждый из трех компонентов социальных установок. Мы остановимся на тех средствах, которые предназначены воздействовать на когнитивный аспект установки, отвлекаясь от поведенческого и эмоционального аспектов (они особенно хорошо изучены специалистами в области рекламы и массовых информационных процессов). Таким образом, эти средства ориентированы на актуализацию у потенциального партнера установок с конкретным когнитивным содержанием. Успешность установления контакта (т. е. факт опредмечивания потенциальным партнером потребности в общении) во многом

зависит от нахождения и адекватного ситуации использования такого когнитивного содержания, которое как бы вступает в «резонанс» с системой имеющихся у потенциального партнера социальных установок и актуализирует какую-либо или какие-либо из них, в результате чего потенциальный партнер вступает в общение. Следует заметить, что применение конкретных когнитивных компонентов не только служит актуализации уже фиксированных установок, но и представляет собой механизм непосредственной фиксации таких социальных установок. Более того, это один из основных путей обогащения индивидуума элементами социального опыта: в социальных контактах формируются установки «отзываться», реагировать на те или иные содержательные (когнитивные) элементы.

Успешность установления контакта во многом зависит от правильного прогнозирования тех элементов когнитивного содержания, которые должны с той или иной степенью вероятности соответствовать имеющимся у потенциального партнера социальным установкам и потому способствовать актуализации в нем потребности в общении. Выявление содержательных элементов требует эксплицирования операций прогнозирования. Выше говорилось, что активность, связанная с побуждением потенциального партнера к общению, может занимать структурное место и операций, и действий, и самостоятельной деятельности. Ограничимся рассмотрением их в качестве коммуникативных действий, служащих реализации конкретных коммуникативных целей. Такие цели, т. е. установления и поддержания КК, получили наименование [Войскунский 1977] фасцинативных по аналогии с предложенным Ю. В. Кнорозовым [1973] представлением о фасцинации как о способе преодолеть неподготовленность потенциального партнера к общению, нейтрализовать его нежелание вступить в контакт. Высказано предположение, что фасцинативные сигналы сопутствуют содержательной части сообщения и способствуют как бы «настройке» воспринимающего аппарата потенциального партнера. (Соответствующую литературу см.: [Войскунский 1977].)

Такая постановка вопроса хорошо соответствует информационно-кибернетическому представлению о человеческом общении. Однако возможна и собственно психологическая трактовка механизма реализации фасцинативных целей. Так, в книге «Социальная психология» [1975] проводится мысль о выделении в сообщении основной и дополнительной информации, причем задача последней — «привести восприятие человека в состояние, благоприятное для принятия основной информации» (с. 174). Такая трактовка соотношения основной и дополнительной информации соответствует представлению Ю. В. Кнорозова о фасцинации. Более тонкое соответствие между фасцинативными целями как способом побудить потенциального партнера к вступлению в контакт и присущими субъекту predispositionами можно усмотреть в пози-

ции Ю. А. Шерковина [1976]. Для него predispositions служат существенным регулятором деятельности субъекта в условиях функционирования средств массовой коммуникации. Причем predispositions определяют как позитивную реакцию человека на сообщение, так и негативную, защитную реакцию: «Predispositional факторы могут выступать в двух взаимоисключающих ситуациях: благоприятствования восприятию, пониманию и интериоризации достигающих сознания сообщений или, наоборот, превращения в систему барьеров...» [Шерковин 1976, 160]. Такое понимание соответствует высказанному в литературе мнению о взаимозависимости между фасцинацией и контрфасцинацией [Брудный, Шрейдер 1975]. В целом вполне правомерно говорить о психологической трактовке целей установления и поддержания контакта по аналогии с введенным в непсихологическом контексте понятием фасцинации.

Для выявления средств реализации фасцинативных целей была разработана специальная методика проведения эксперимента, к описанию которой мы теперь переходим.

Методика. Согласно замыслу исследования, методика должна обеспечивать первостепенное внимание испытуемых к установлению контакта, в результате чего промежуточная цель побуждения потенциального партнера к вступлению в контакт оказалась бы «выпяченной» на обыкновенно несвойственный ей первый план. Такая задача может быть выполнена, если затруднить контакт, заставить испытуемых прибегать к специальным приемам воздействия на потенциального партнера. Достижению этого способствует создание экспериментальной ситуации конкуренции говорящих за внимание аудитора.

Мотив конкуренции обеспечивался следующим образом. Испытуемые участвовали в эксперименте по двое, и каждому предлагалось на основе предложенного ему реферата (было выбрано 10 рефератов из реферативных журналов «Историческая наука в СССР» и «Историческая наука за рубежом», по общему признанию испытуемых — все рефераты «сухие» и «неинтересные») составить более интересный текст, чем это удастся конкуренту. Испытуемым давались разные рефераты, им разрешалось опускать произвольные фрагменты реферата, делать любые добавления, в том числе и за счет ложных сведений. Взяв за основу сухие фактологические сведения, испытуемым предстояло составить такой устный текст, чтобы побудить аудитора выслушать этот текст и предпочесть его тексту, составленному конкурентом.

Конкуренция заключалась в следующем: подготовленные конкурирующими испытуемыми тексты записывались на магнитную ленту на параллельные звуковые дорожки; согласно условию, длительность каждого текста должна была составлять 2,5—3 мин. (испытуемым разрешалось делать пробные записи и пользоваться секундомером). Далее тексты прослушивались аудитором по методике дихотического восприятия. Аудитору предстояло сначала разобраться, какой из текстов (звучащий

в левом или в правом наушнике) ему интереснее (по произвольному признаку), дослушать его до конца и пересказать в присутствии испытуемых. Испытуемым разъяснялось, что решение о том, какой конкретно текст слушать (т. е. установить контакт), принимается аудитором в начальный период прослушивания, в дальнейшем же — даже если аудитор и разочаровывался в своем выборе — контакт не должен нарушиться, ибо аудитор тогда рисковал бы, что ему не удастся по окончании текста восстановить его целиком. Тем самым средства побуждения аудитора к вступлению в контакт должны быть применены уже в самом начале подготавливаемых текстов.

Были проведены две экспериментальные серии; результаты первой серии опубликованы [Войскунский 1977]. Остановимся на тех методических изменениях, которые были внесены в процедуру проведения второй серии.

Во-первых, перед началом второй серии было проведено ранжирование рефератов с целью отобрать действительно «самые неинтересные» из них. Для этого к 10 использованным в первой серии рефератам были добавлены еще 10 рефератов, выбранных случайным образом из тех же реферативных журналов. После этого все 20 рефератов были предложены для ранжирования группе экспертов из 14 человек — студентам старших курсов и близким к ним по возрасту людям с высшим образованием. После подсчета суммарного «места» каждого реферата оказалось, что лишь два использованных в первой серии реферата заняли места в первой десятке (четвертое и девятое места). Эти рефераты в дальнейшем не использовались, остальные же 8 рефератов были использованы и в первой, и во второй сериях.

Во-вторых, контингент испытуемых состоял из активных участников художественной самодеятельности — в результате они более уверенно, чем испытуемые в первой серии, записывали свои тексты на магнитофон. Все испытуемые были в отличие от первой серии разбиты на постоянные диады, и каждая диада приняла участие в эксперименте пять—шесть раз. Все испытуемые включились в отношение конкуренции.

Наконец, самые большие изменения коснулись процесса аудирования. Он проходил в три этапа. Первый этап — это обязательное аудирование в присутствии испытуемых не известным им заранее аудитором. Этот этап был необходим для создания у испытуемых мотивации соревнования, а кроме того, его результаты учитывались на последующих этапах. На втором этапе производилось объединение (перезапись на параллельные дорожки) всех допустимых сочетаний по два на множестве текстов. Допустимыми считались все сочетания, кроме подходивших под одно из следующих ограничений: 1) не объединяются тексты, наговоренные мужским и женским голосом; 2) не объединяются тексты, составленные разными испытуемыми на тему одного и того же реферата; 3) не объединяются тексты, продолжительность звучания которых разнится более чем на 10 секунд.

Все получившиеся объединения текстов были предложены для прослушивания аудиторам, каждому из которых предлагался набор из четырех пар текстов, в которых тематика не повторялась. Каждый текст был объединен — с учетом первого этапа — с тремя другими текстами (если имелось больше возможностей объединения, то случайным образом выбиралось не более трех из них) и соответственно входил в три набора. Тем самым максимальное число предпочтений (выборов) для каждого текста равнялось четырем; реальное же число выборов в подавляющем большинстве случаев отличалось от максимального. Все тексты, которые получили не более одного выбора, были в результате второго этапа аудирования исключены из дальнейшего рассмотрения как не отвечающие цели установления контакта между испытуемым и аудитором.

На третьем этапе были составлены все возможные (с учетом указанных выше ограничений) сочетания оставшихся текстов. Далее были составлены наборы из текстов с непересекающейся проблематикой, и каждый набор предлагался не менее, чем двум аудиторам (в отдельных случаях — трем—четырем). Итого в сумме всех трех этапов аудирования отдельные тексты проходили аудирование пять—восемь раз, причем на каждом последующем этапе тексты «конкурировали» со все более равноценным материалом. По итогам третьего этапа аудирования отобраны те тексты, которые получили не менее трех выборов, в том числе — не менее одного выбора на третьем этапе. Именно в отобранных после трехэтапного аудирования текстах, согласно предположению, были применены средства, оказавшиеся достаточно эффективными для реализации цели побуждения аудиторов к вступлению в КК.

На втором и на третьем этапах все аудиторы перед прослушиванием набора экспериментальных текстов прослушивали также еще один набор (всем предлагался только один набор) из четырех текстов научно-популярного и юмористического характера. Этот набор послужил оценке аудиторов: если из восьми предлагавшихся аудитору выборов (четыре предэкспериментальных и четыре экспериментальных) в семи или восьми случаях предпочтение отдавалось текстам, звучавшим только в левом или только в правом наушнике, то выборы такого аудитора не учитывались. Причины такого однообразия предпочтений не анализировались.

Результаты и обсуждение. В первой серии эксперимента приняли участие 18 испытуемых (10 мужчин и 8 женщин) со средним или высшим образованием в возрасте от 19 до 32 лет. Испытуемые участвовали в четырех—девяти экспериментальных сеансах. На результатах остановимся коротко, поскольку они опубликованы [Войскунский 1977].

Прежде всего, проведенная серия экспериментов показала, что разработанная методика соответствует целям исследования: составленные испытуемыми тексты начинались с таких средств и приемов, которые, по замыслу испытуемых, должны были обеспечить предпочтение со стороны аудитора и тем самым

представляли собой попытку реализовать фасцинативную цель установить КК. Также установлено, что после шести-семи экспериментальных сеансов испытуемые начинают повторяться, в силу чего в составленных ими текстах не встречаются новые приемы привлечения аудитора. Учитывая этот факт, было решено ограничить участие испытуемых во второй серии экспериментов пятью-шестью сеансами. Было выявлено, что мотив соревнования быстрее и сильнее актуализируется у участников постоянных пар (конкурирующих друг с другом во всех экспериментальных сеансах), чем у случайно объединенных перед началом каждого сеанса в диаду испытуемых. В силу сказанного во второй экспериментальной серии участвовали лишь постоянные диады.

По окончании первой серии оказалось возможным выделить следующие средства, предназначавшиеся испытуемыми для обеспечения контакта (эффективность этих средств не обсуждается, поскольку аудирование текстов во время первой серии экспериментов не проводилось в должном масштабе):

ссылка на авторитеты; применение экзотических терминов, понятий, имен и названий; использование цитат; указание на значительность затрагиваемой проблемы; применение риторических восклицаний и вопросов; обращение к широко известному факту, событию; нарушение ожиданий слушающего; ввод ложного персонажа; построение ситуации, аналогичной эпизодам из известных литературных произведений.

Во второй экспериментальной серии принимали участие 16 испытуемых (8 женщин и 8 мужчин) в возрасте от 20 до 25 лет, студенты гуманитарных (10 чел.) и технических (6 чел.) институтов. Все участвовали в пяти—шести экспериментальных сеансах, всего проведено 43 сеанса, в которых было продуцировано 86 текстов. Многоступенчатое аудирование преследовало цель сравнения продуцированных испытуемыми текстов со все более равноценными текстами.

Результаты показали, что модифицированная методика отвечает поставленным задачам. Так, в ходе двух этапов аудирования были отделены и не рассматривались на третьем этапе все тексты, оказавшиеся «ниже» некоего эмпирического среднего уровня. Таких текстов оказалось ровно половина общего их количества. Встала задача найти причину столь высокого «отсева». Анализ данных показал, что таких причин можно насчитать две. Во-первых, двое испытуемых оказались менее удачливыми составителями текстов, чем их коллеги: в третьем этапе каждый из них оказался представленным лишь одним текстом. Во-вторых, почти не получали предпочтений те тексты, с которыми испытуемые начинали свою деятельность. На третьем этапе аудирования был представлен лишь один из текстов, составленных испытуемыми в первом экспериментальном сеансе, и лишь два текста из составленных во втором сеансе. Для сравнения укажем, что всего три из составленных в четвертом сеансе текстов не оказались представленными на третьем этапе. Эти две причины в совокупности

служат объяснением того факта, что на третьем этапе аудирования работа была ограничена 43 текстами.

Есть определенные основания утверждать, что результаты деятельности испытуемых изменяются во времени к лучшему. Причем «улучшение» (в том смысле, что продуцированные на этом сеансе тексты выбираются аудиторами) наступает в третьем или, чаще, в четвертом сеансе. Наблюдение показывает, что к этому времени испытуемые освобождаются от близкого следования предложенному им реферату и свободнее применяют приемы, имеющие целью установить контакт. Сравнение с первой экспериментальной серией показывает, что и там аналогичный процесс начался в третьем—четвертом сеансе (и достиг «насыщения» к шестому—седьмому сеансу). По нашему мнению, данный экспериментальный факт может найти применение при обучении основам дикторского и ораторского мастерства.

Результаты эксперимента показали, что примененные испытуемыми средства не образовали иерархическую структуру. Иначе говоря, анализ ответов аудиторов не позволяет выделить безусловно «лучший» (или «лучшие») прием (приемы), позволяющий (-ие) с очень высокой степенью вероятности приковать внимание слушающего. На третьем этапе аудирования число выборов для каждого текста распределилось в значительной степени равномерно. Таким образом, следует признать, что в проведенном исследовании не встретилось ни одного способа, всегда и безусловно обеспечивающего КК.

Переходим к рассмотрению тех средств установления КК, которым были оказаны предпочтения на третьем этапе аудирования и которые могут считаться достаточно эффективными. Некоторые такие приемы совпадают с выделенными в первой экспериментальной серии потенциальными средствами установления контакта.

Среди эффективных приемов установления контакта назовем апелляцию к авторитетам, обращение к известным именам. Данный прием хорошо известен практикам и теоретикам риторики, его активно применяют в рекламе, он широко используется при функционировании массовых коммуникационных процессов. Специалисты отмечают: «Содержание сообщения, передаваемого через систему массовой коммуникации, иногда лучше служит достижению цели, если в него включается указание (или хотя бы намек) на то, что предлагаемую точку зрения разделяют... личности, бесспорно уважаемые в данной человеческой общности. Психологическое объяснение этого источника эффективности сводится к тому, что люди чувствуют себя увереннее, когда они знают о поддержке со стороны других» [Социальная психология 1975, 183]. В качестве авторитета могут быть привлечены имена не только исторических личностей, но и литературных персонажей. Заметим, что при разработке методов анализа письменных текстов апелляция к авторитетам оказалась соотнесена с фактором «очеловеченности», близости к проблемам, волнующим конкретных людей. В качестве количественной оценки этого фактора было предложено сначала

[Методика исследования. . . 1972, 88] подсчитывать число содержащихся в тексте ссылок на отдельные лица, но потом это предложение подверглось коррекции и было справедливо сочтено, что это имеет смысл только по отношению к известным читателю именам [Там же, 97].

Переходя к итогам проведенного эксперимента, следует признать, что испытуемые ссылались, как правило, на безусловно всем известные авторитеты. Вот характерный пример: «Итак, Возрождение. Оно известно своими скульпторами, учеными, художниками, писателями, да и вообще знаменитыми людьми. Это Микеланджело, создавший „Давида“, Бенвенуто Челлини, который вырезал великолепные изделия из золота, это Леонардо да Винчи, который мог создать все — от „Моны Лизы“ до вертолета, это Рафаэль с его знаменитой „Сикстинской мадонной“, это знаменитые поэты Данте и Петрарка. . .». Несколько ниже испытуемый упомянул еще Аристотеля, Платона и Вольтера. Помимо этих общепризнанных за многие прошедшие века имен встречаются обращения и к недавним авторитетам, «знаменитостям сегодняшнего дня». В качестве примера можно упомянуть рассказ одного из испытуемых по реферату, посвященному описанию рукописи о политической жизни Курдистана XVI в. В этом рассказе фигурирует знаменитый французский океанограф Жак-Ив Кусто, вот в каком контексте: рукопись — это духовное сокровище, поисками сокровищ занимаются многие, а Кусто — тот даже ищет их с риском для жизни в мировом океане.

Как явствует из последнего примера, обращение к авторитетам характеризует даже те продуцированные испытуемыми тексты, в основе которых лежали рефераты, не предлагающие испытуемым готовых списков авторитетов. Тем самым можно сделать вывод, что апелляция к авторитетам, введение известных имен — доступный и широко применяемый эффективный прием, способствующий установлению контакта с потенциальным партнером.

Эффективным для установления КК средством зарекомендовало себя по результатам аудирования применение экзотических терминов, и особенно — ориентальной экзотики (это имена, этнографические и религиозные термины, даже географические названия, такие, как Китай, Индия, Египет или Восток), особенно если имеется связь с таинственностью и непонятностью. Приведем в качестве иллюстрации два текста. В одном из них речь идет о семейном и хозяйственном укладе древних хеттов. Считая хеттов слишком малоизвестными для привлечения аудитора, испытуемый построил такой текст: «Древний Восток». . . Тайнства и загадочность в этих словах. До сих пор необычность быта и культуры поражают археологов, этнографов, этнологов. Сказки 1001 ночи часто сбываются в действительности. . .» Другой текст основывался на реферате, раскрывающем вопрос о земельной собственности в Древней Индии. Вот как подошел к этой проблеме один из испытуемых: «Индия. . . Далекая и прекрасная страна. Страна загадок, тайн, неизвестности. Индия. . . При этом слово каждый

представляет себе буддийские храмы, пальмы и непременно крестьянина, идущего за буйволом. Но если того же буйвола и того же крестьянина представит себе историк, то он прежде всего задаст вопрос: кому принадлежит земля, на которой работает этот крестьянин и идет этот буйвол, и кто получает доходы с этой земли».

В применении экзотических терминов испытываемые следовали уже имеющимся в соответствующих рефератах наборам таких терминов. Вместе с тем наблюдение за текстами, которые выбирались аудиторами на третьем этапе аудирования, показало, что в них фигурирует значительно меньше (по сравнению с текстами, которым редко отдавалось предпочтение на втором этапе аудирования) малоизвестных терминов (типа «сутр» и «джайнских текстов») и что в них чаще оказывались введенными реально отсутствовавшие в рефератах, зато достаточно широко известные термины (например, «рикши» или «скарабей»). Таким образом, экзотические термины следует дифференцированно применять для целей установления контакта, ведь, как показывают полученные данные, не всякие термины такого рода служат установлению контакта. Может быть сделан вывод, что насыщенность текста малопонятными экзотическими терминами часто препятствует выбору этого текста со стороны аудиторов, в то время как наличие известных экзотических наименований (возможно, наряду с небольшим числом малоизвестных терминов) представляет собой фактор, способствующий установлению контакта.

Эффективным, хотя и сравнительно редко применяемым испытываемыми средством установления контакта, может считаться прием нарушения ожиданий партнера. Приведем следующий пример использования данного приема. Одна из испытываемых в тексте по реферату о древнеримском земельном праве начала с покупки билета лотереи «Спринт». Логика построения текста была такова: вы выигрываете в лотерею, покупаете дачу с участком, но не желаете обрабатывать землю; в Древнем Риме у вас этот участок отобрали бы, ибо он не приносит плодов, а вы не платите пошлину. Таким образом испытываемая добилась внимания ряда аудиторов, ожидания которых услышать с самого начала нечто на историческую тему не оправдались. Действие механизма нарушения ожиданий согласуется, на наш взгляд, с выводами исследователей в области понимания письменного текста, предложившими следующую схему описания: сначала происходит активизация ожиданий (предвосхищений, запросов) реципиента, далее он включается в процесс поиска решения (сообщение — это процесс решения проблемы) и, наконец, эти ожидания снимаются, так как в тексте предлагается решение. При этом исследователи отмечают: «Ожидания реципиента строились одновременно на двух уровнях: специфических ожиданий по поводу конкретных элементов текста (фраз, слов, букв) и метаожиданий, т. е. предвосхищение смыслового инварианта, общего контура текста, направленности его развертки. Иначе говоря, развертка текста выступала для реципиента по принципу «предвосхищение общего смыслового

инварианта, но неожиданность (новизна) его конкретного воплощения» [Кулюткин, Сухобская 1977, 81]. И когда выступающее в форме ожиданий предвосхищение «общего смыслового инварианта» или концепта текста бывает обмануто, такой текст способствует установлению контакта.

Эффективным оказался также такой прием установления контакта, как ввод ложного персонажа. Этот прием отличен от приема апелляции к авторитету, поскольку при обращении к авторитету последний лишь упоминается, в то время как при введении ложного персонажа он действует, даже движет сюжет. Так, к примеру, в тексте одного из испытуемых, составленном на основании реферата о преследованиях народовольцев, был введен потомок Каракозова, и значительная часть текста была посвящена этому персонажу. При составлении текста на тему хозяйственного уклада хеттского общества одна из испытуемых ввела ложного персонажа — гонца, или вестника, который сообщает «новости» тех далеких времен. Применение рассматриваемого средства установления контакта особенно эффективно, если вводимый персонаж высокодинамичен и позволяет тем самым преодолеть статичность описания событий.

Распространенным, особенно в ораторской практике, является прием прямого обращения к слушающему. В продуцированных испытуемыми текстах данный прием зарекомендовал себя эффективным средством установления контакта. Как показывает экспериментальный материал, обращения к слушающему имеют форму побуждений. Это могут быть побуждения к слушанию: «Слушайте, слушайте, слушайте! Самая оригинальная и неповторимая статья! Ее вы можете услышать только на нашей магнитофонной ленте!» Это могут быть, например, побуждения к припоминанию: «Вспомните: что вы знаете об эпохе Возрождения? Вспомните имена великих философов той эпохи». Надо отметить, что связь обращений с побуждениями не противоречит распространенному представлению. Например, А. М. Пешковский видит функцию обращений в побудительности. Для него смысл обращения — «побудить слушателя слушать, обратить его внимание на речь говорящего» [Пешковский 1928, 467]. Анализ речевых побуждений в психологическом контексте был дан С. П. Элиешюте [1968]. Она определила, что в зависимости от социальных отношений побуждение воспринимается как обязательное, или как желательное, или же как возможное. Значимость обращений как средства установления контакта не ограничивается сферой устного речевого взаимодействия. В исследовании печатного текста показано, что для определения эффективности воздействия на читателей текста релевантны три независимых экспериментально установленных фактора: фактор общей оценки стиля, фактор единства и связности текста, фактор новизны (с ним связана субъективная трудность текста для понимания). Исследователи пишут: «Оказалось, что тексты, имеющие крайние значения по первому фактору, различаются прежде всего по насыщенности апелляциями к лично-

сти читателя. . . » [Сухобская, Тамарченко 1976, 5]. Таким образом, обращение к слушателю и читателю, выраженное в форме побуждений, — это широко используемый способ установления контакта, и особенно часто он применяется в ораторских выступлениях. В продуцированных испытуемыми текстах, рассчитанных на восприятие не аудиторией, а отдельным аудитором, данный способ установления контакта также зарекомендовал себя эффективным.

В качестве средства установления контакта испытуемые часто применяли риторические высказывания. Они могут носить характер восклицаний: Бедные школьники! Большинство из них — лишь жалкие рабы устаревшего учебника! Однако чаще риторические высказывания употребляются в форме вопросов. Они могут группироваться и следовать подряд, сериально: А как понять то, что происходило страшно давно? Десятки, сотни, тысячи лет назад? Какие отношения господствовали в Древней Индии? Надо сказать, что риторические вопросы рекомендуются в качестве средства привлечения внимания, например, в пособиях по ораторской речи, и на самом деле применяются достаточно широко. Считается, что они вносят разнообразие в выступление, способствуют созданию проблемной ситуации. Проведенный эксперимент показал, что риторическими высказываниями пользуется большинство испытуемых, и ряду текстов, в которых был применен данный способ установления контакта, были отданы предпочтения аудиторов. Тем самым данный прием должен быть признан эффективным.

Далее отметим еще два приема установления контакта, которые хотя и встретились в ограниченном числе текстов, однако зарекомендовали себя эффективными. Это, во-первых, обращение к текущим общественным событиям, злободневным фактам. Так, некоторые испытуемые попытались использовать широкий интерес к новым археологическим находкам, к фактам из области демографии. А один из испытуемых связал текст предложенного ему реферата с современными идеологическими событиями: Сотрудников советского постпредства в Великобритании обвиняют! Страсти накаляются! Таковы заголовки зарубежных газет сегодня, Что же это за обвинение и откуда оно взялось? Предыстория этого дела началась еще в прошлом веке. . . Таким образом, обращение к актуальным событиям понадобилось испытуемому для того, чтобы связать их с историческими фактами. И во-вторых, это апелляции испытуемых к самим себе, включение в текст упоминаний о своих собственных интересах. Так, одна из испытуемых начала с того, что ей, студентке филологического факультета пединститута, слушающей курс зарубежной литературы, было интересно столкнуться с новой интерпретацией достижений эпохи Возрождения. Другая испытуемая заявила, что ей кажется плодотворным обращение в реферате к обсуждению известного положения «Мысль, следовательно, существует», поскольку она еще в школьные годы использовала это положение в реферате. Отметим, что перечисленные два средства установления контакта — апелляция

к злободневным фактам и апелляция к собственным интересам — рекомендуются в книгах по ораторскому и лекторскому мастерству. Эксперимент показал, что они представляют собой не только рекомендуемое, но и реально применяемое средство установления контакта.

Выше были перечислены все те приемы установления КК, которые оказались эффективными в рамках проведенного исследования. Напомним, что задача испытуемых ограничивалась реализацией цели установления контакта с потенциальным партнером, ибо, по условиям эксперимента, установленный контакт не должен был далее разрушаться. Кроме того, испытуемые были лишены возможности «привязки» к индивидуальным особенностям конкретных партнеров и потому должны были прибегнуть к универсальным средствам, способствующим установлению контакта, т. е. тем средствам, которые должны быть рассчитаны на всех. Как и следовало ожидать, испытуемые не «изобрели» каких-либо новых эффективных средств, которые бы не фигурировали в специальной литературе, обобщающей такие средства — в качестве примера могут быть указаны известные книги К. А. Ножина [1981] и Ю. А. Шерковина [1973]. Тем самым в эксперименте выявились те конкретные средства установления контакта, которые активно применяются, когда актуализируется соответствующая цель, и которые проявили себя эффективным средством. Сравнение результатов двух экспериментальных серий показывает, что испытуемые прибегают к более широкому репертуару средств, однако некоторые такие средства в рамках проведенного эксперимента оказались неэффективными.

Литература

- Азнабаева Л. А. Семантика «фатической речи» // Тезисы VI Всесоюзного симпозиума по психолингвистике и теории коммуникации. М., 1978.
- Андреева Г. М. Социальная психология. М., 1980.
- Асмолов А. Г. Деятельность и установка. М., 1979.
- Брудный А. А., Шрейдер Ю. А. Коммуникация и интеллект // Генетические и социальные проблемы интеллектуальной деятельности. Алма-Ата, 1975.
- Войскупский А. Е. К анализу условий возникновения некоторых коммуникативных целей // Психологические механизмы целеобразования. М., 1977.
- Войскупский А. Е. Психологическая природа потребности в общении // Философско-методологические проблемы теории общения. Фрунзе, 1982.
- Войскупский А. Е. Моделирование общения // Речевое общение: проблемы и перспективы. М., 1983.
- Дистанционное наблюдение и экспертная оценка. М., 1982.
- Драздаускене М.-Л. А. Контактостанавливающая функция речи. АКД. М., 1970.
- Кнорозов Ю. В. К вопросу о классификации сигнализации // Основные проблемы африканистики. М., 1973.
- Кулюткин Ю. Н., Сухобская Г. С. Исследование познавательной деятельности учащихся вечерней школы. М., 1977.
- Леонтьев А. А. Некоторые проблемы обучения русскому языку как иностранному. М., 1970.
- Леонтьев А. Н. Деятельность. Сознание. Личность // Избр. психол. произв. М., 1983. Т. II.
- Мерлин В. С. Индивидуальный стиль общения // Психол. журнал, 1982, т. 3, № 4.
- Методика исследования восприятия информации / Под ред. Б. М. Фирсова. Л., 1972.

- Мехонцев Н. И., Михайлов Н. Н., Ненашев М. Ф. Лектор и слушатель. М., 1975.
- Ножин Е. А. Основы советского ораторского искусства. М., 1981.
- Обуховский К. Психология влечений человека. М., 1971.
- Общение и речь: развитие речи у детей в общении со взрослыми. М., 1985.
- Пешковский А. М. Русский синтаксис в научном освещении. М., 1928.
- Раздорский А. И. О контактоустановительных элементах в японской диалогической речи // Исследование проблем речевого общения. М., 1979.
- Рамишвили Д. И. Некоторые данные о внеязыковых средствах контакта // Психологические исследования. Тбилиси, 1971. Вып. II.
- Руус В. Значение престижности коммуникатора для эффективности речевого воздействия // Смысловое восприятие речевого сообщения. М., 1976.
- Сорокин Ю. А., Тарасов Е. Ф., Шахнарович А. М. Теоретические и прикладные проблемы речевого общения. М., 1979.
- Социальная психология / Под ред. Е. С. Кузьмина, В. Е. Семенова. Л., 1979.
- Социальная психология. Краткий очерк / Под ред. Г. П. Предвечного, Ю. А. Шерковина. М., 1975.
- Сухобская Г. С., Тамарченко И. А. Изучение эффективности воздействия научно-популярного текста с помощью методики оценочных шкал. Сообщение 1. Факторная структура восприятия научно-популярного текста // Новые исследования в психологии, 1976, № 2.
- Хаймс Д. Х. Два типа лингвистической относительности // Новое в лингвистике. М., 1975. Вып. 7.
- Хараш А. У. Коллективность аудитории и активность реципиента // Место и функции массовой коммуникации (радио, телевидение, кино, пресса) в процессе педагогического воздействия. М., 1975.
- Хараш А. У. Межличностный контакт как исходное понятие психологии устной пропаганды // Вопр. психологии, 1977, № 4.
- Шерковин Ю. А. Психологические проблемы массовых информационных процессов. М., 1973.
- Шерковин Ю. А. Предиспозиционные факторы и смысловое восприятие сообщения массовой коммуникации // Смысловое восприятие речевого сообщения. М., 1976.
- Шепаньский Я. Элементарные понятия социологии. М., 1969.
- Элиашев С. П. К вопросу о ответственности речевого побуждения. Автореф. дис. ... канд. филол. наук. М., 1968.
- Якобсон Р. Лингвистика и поэтика // Структурализм: «за» и «против». М., 1975.
- Argyle M. Bodily Communication. L., 1975.
- Braehler E., Zenz H. Artifacts in the registration and interpretation of speech-process variables // Language and Speech, 1975, vol. 18, pt. 2.
- Bruneau T. J. Communicative silences: Forms and functions // Journal of Communication, 1973, vol. 23, N 1.
- Communication. Concepts and Processes / Ed. by J. A. De Vito. Englewood Cliffs, N. J.: Prentice-Hall, 1976.
- Communication in Face to Face Interaction / Ed. by J. Laver and S. Hutcheson. Harmondsworth: Penguin, 1972.
- Duncan S., jr., Fiske D. W. Face-to-Face Interaction: Research, Methods, and Theory. Hillsdale (N. J.): Lawrence Erlbaum, 1977. XIII.
- Goffman E. Relations in Public. Penguin, 1972.
- Jaffe J., Feldstein S. Rhythms of Dialogue. N. Y., L., 1970.
- Kendon A. Studies in the Behavior of Social Interaction. Bloomington: Indiana Univ. Press, 1977. VIII.
- Key M. R. Paralanguage and Kinesics. Methuen (N. J.): Scarecrow, 1975. VII.
- Lehrer A. Talking about wine // Language, 1975, vol. 51, N 4.
- Malinowski B. The problem of meaning in primitive languages // C. K. Ogden, J. A. Richards. The Meaning of Meaning: 2nd ed. N. Y.; L., 1927.
- Nonverbal Behavior and Communication / Ed. by A. W. Siegman and S. Feldstein. Hillsdale, N. J.: Erlbaum, 1978. XII.
- Nonverbal Communication: Readings with Commentary / Ed. by S. Weitz.: 2nd ed. N. Y. Oxford Univ. Press, 1979. X.
- Organization of Behavior in Face-to-Face Interaction / Ed. by A. Kendon, R. M. Harris, M. R. Key. The Hague—Paris: Mouton, 1975.

- Piotrowski A.* Funkcje języka w grupach pierwotnych // *Kultura i społeczeństwo*, 1972, vol. 16, N 3.
- Reisman K.* Contrapuntal conversations in an Antiguan village // *Explorations in the Ethnography of Speaking* / Ed. by R. Bauman and J. Sherzer. Cambridge Univ. Press, 1974.
- Revesz G.* The Origin and Prehistory of Language. L.: Longmans and Green, 1956. VII.
- Studies in Dyadic Communication / Ed. by A. W. Siegman and B. Pope. N. Y.: Pergamon, 1972.
- Werner C., Latane B.* Responsiveness and communication medium in dyadic interactions // *Bulletin of the Psychonomic Society*, 1976, vol. 8, N 1.

ПРОБЛЕМЫ ЭФФЕКТИВНОСТИ РЕЧИ В ПЕРСПЕКТИВЕ НЕОРИТОРИКИ

Влияние на систему убеждений является имманентным свойством речевой коммуникации (РК). Воздействие всегда реализуется в общении, как при самых слабых формах «ненасильственной» коммуникации (термин Ю. Хабермаса), к которым может быть отнесено, например, фатическое общение, так и в случае явного манипулирования общественным сознанием (пропаганда).

Принятие этого тезиса хорошо объясняет панхронизм риторики, постоянную «включенность» смысла риторического учения в структуру современного знания. Речевое воздействие (РВ), действительно, если и не заполняет все пространство риторики, то, во всяком случае, определяет ее векторную структуру. Понимание воздействия как базисного фактора РК приходит в риторiku через представление о речи как об одном из видов деятельности. Речевая деятельность (РД) описывается в риторическом каноне — в согласии с представлением о любом действии, линейно и последовательно развивающемся во времени, имеющем начало, середину и конец, т. е. определенный алгоритм, — в рамках идеоречевого цикла.

Идеоречевой цикл, в котором реализуется процесс РД проходит через ступени инвенции, диспозиции, элокуции (и про-изнесения), последовательно охватывая все этапы мыслеречевой деятельности человека от коммуникативного замысла до его вербализации [подробнее об идеоречевом цикле см. Безменова 1986; 1987а]. Говоря современным языком, в идеоречевом цикле формируется базовый алгоритм речевого акта, лежащий в основе любой теории РД. Все современные концепции речи как деятельности в наиболее ярко выраженном виде (это относится к лингвапрагматике) имеют отношение к риторике и в той или иной степени используют основные риторические построения или элементы этих построений для углубления теоретических представлений о РД.

В риторическом понимании действие через речь реализуется в воздействии. Однако для теоретиков классической риторики, в отличие от современных идеологов и пропагандистов, была совершенно очевидной невероятная сложность задачи влияния на

систему убеждений «другого». Воздействие, и это наблюдение совершенно обиходно, часто реализуется в нежелательном для говорящего направлении; воздействие — это процесс, нуждающийся в оптимизации; только реализованное воздействие, или коммуникативный успех, обеспечивает эффективность речи. Именно поэтому риторика нагружена огромным количеством правил и рекомендаций — отдельных для каждого этапа идеоречевого цикла, — позволяющим оптимизировать процесс РК. В этих целях риторикой вводится понятие о целесообразности речи, т. е. о ее соответствии коммуникативным задачам.

Целесообразность всегда подчинена постулату убеждения «другого» и формируется, хотя и для каждой конкретной цели конкретным образом, но всегда в последовательной реализации идеоречевого цикла — от подбора аргументов до стилистической обработки текста. Вся риторика — от центральной схемы до малейших стилистических рекомендаций — пронизана поиском решений этой сверхзадачи коммуникации — убеждения «другого». Неслучаен прежде всего выбор объекта — монологическая речь. В ней решение сверхзадачи упрощается из-за единственности цели и однонаправленности коммуникации. В диалоге, как и в любой другой сложной форме интеракции, «коммуникативные шансы симметричны» [Kopperschmidt 1975], поэтому воздействие имеет более сложную векторную (хотя и необязательно противоположную) направленность.

Выбор монологической речи в риторике связан также с требованием полноты и эксплицитности описания, т. е. с тем же принципом, которым руководствуется риторика при описании основных шагов идеоречевого цикла. Специфика речи как деятельности диктует и порождающий характер этого описания. Предпочтение монологической речи объясняется и ее большей простотой по сравнению с речью диалогической; при этом риторы прекрасно понимали возможную конвертируемость этих форм речи, например, при развертывании монолога в диалог с помощью вопросо-ответной сетки. В европейской текстовой традиции монолог связывается с риторикой, тогда как диалог является по-преимуществу текстом философским, в котором в споре выясняются сущностные характеристики бытия, и истина индивида заменяется на истину мира.

Монологическая речь — речь целесообразная, и именно по месту, времени и цели создается Аристотелем типология речи, известная под названием «ораторские жанры»: 1) эпидейктическая, или демонстративная, речь порицает или восхваляет (цель); относится к настоящему и потому должна оперировать исключительно фактами (время); произносится, как правило, на торжественных собраниях (место); 2) речь делиберативная построена как совет, который оратор дает индивиду или коллективу (цель); относится всегда к будущему (время); в настоящее время принадлежит прессе (место); 3) речь судебная посвящена защите или обвинению (цель); относится всегда к прошедшему (время)

и произносится, как правило, в суде (место). «Ораторскими жанрами» диктуются наиболее общие направления целей (совет или рекомендация, порицание или восхваление, осуждение или защита), но нетрудно заметить, что в аристотелевской типологии варьируется интенсивность воздействия, или то, что в лингвапрагматике называют иллокутивной силой. Совет — очень слабая форма влияния по сравнению с осуждением.

Понятие «убедить другого» не связывается в классической риторике с непременным силовым давлением, использованием «страстей» и т. д.; убеждение достигается через консенсус, т. е. принятие большинством тезиса оратора. Понятие консенсуса по непонятным причинам всегда считалось специфично-риторическим, хотя совершенно очевидно, что без согласия и сотрудничества невозможна никакая социальная интеракция [ср. максимы общения Grice 1974]. Понятие консенсуса содержит, конечно, и определенную меру лукавства, поскольку вращается в очень широком диапазоне между «убедить» и «угговорить». Не только Кант и Фихте, но и, конечно, гораздо ранее философы заметили ту огромную пропасть, которая может разделять истинность и действенность речи. Неприятие риторики философией связано не столько с непониманием (это характеризовало представителей других областей гуманитарного знания), сколько с невозможностью для философа соположить что-либо поиску истины. Проблема правомерности расчленения предметно-соотнесенной истины как объекта философского анализа и истины с позиции коммуниканта, «человеческой истины», остается предметом постоянного размышления в философии и неориторике. И. Коппершмидт, например, предлагает описание зависимости между истинностью речи и действенностью через категорию интереса или совпадения интересов [Kopperschmidt 1985]:



По Коппершмидту, сопоставление действенности речи и ее предметного содержания позволяет отделить значимость речи (значимость «в себе») от конкретно адресованной значимости (значимость «для другого»).

Другой сложной проблемой, не нашедшей адекватного разрешения ни в классической, ни в более поздних европейских риториках нового времени, является проблема соотношения теории аргументации и теории воздействия. Теория аргументации, как полагал Квинтилиан, не покрывает риторику целиком. Более того,

аргументация, по Квинтилиану, не обладает сама по себе силой воздействия. Являясь специфическим средством одного вида речи — судебной, аргументация у Квинтилиана строится на основе отвлеченных и конкретных вопросов и применяется только для поддержки положений, не противоречащих правовым нормам. Квинтилиан, таким образом, определяет аргументацию как метод сделать более правдоподобными или достоверными спорные утверждения при помощи других утверждений, которые бесспорны или очевидны. Возможности аргументации базируются на презумпции непреложных истин («принцип достаточного обоснования») [Kopperschmidt 1985]. Как пример очевидных истин Квинтилиан рассматривает доказательства «от лица», включающие такие локусы, как происхождение, пол, возраст и т. п., которые являются предметом объективного знания об основных факторах, конституирующих личность. Аргументативно-эвристическими доказательства «от лица» становятся только при условии их уместного употребления в речи, что в свою очередь зависит от полноты аргументации. Определяющим в конечном счете является нормативный характер утверждений как неперемное условие прагматической направленности процесса аргументации. На общезначимость истинных утверждений опирается и является производной от нее сила воздействия аргументативной процедуры. Как полагает Коппершмидт [Kopperschmidt 1985], реконструкция аргументативной эвристики античных авторов и ее критика могла бы способствовать созданию современной теории аргументации, в частности, в аспекте ее персуазивных возможностей.

В настоящее время как минимум две неориторических исследовательских программы анализируют эту проблематику: «nouvelle rhétorique» (теория аргументации Перельмана и Ольбредт-Тытеки) и «new rhetoric» (бихевиористски ориентированное исследование категории воздействия). Наибольший интерес для гуманитарной науки, как полагает Коппершмидт, представляет риторика, которая не ограничивается исследованием формального аспекта процесса воздействия, а является критической, направленной на анализ интенционального языка и — в перспективе — на анализ категории понимания. Примерно в том же смысле высказываются и Элертсен и Хартиг, полагая, что риторика должна быть критической [Elertsen, Hartig 1986]. Новая парадигма риторики должна включать прежде всего систематизацию и анализ взаимосвязи категорий воздействия, истинности и уместности.

Не следует, кроме того, забывать, отмечает М. Биллиг [Billig 1987], что неориторика должна анализировать две функции речи: эстетическую и прагматическую. Первая связана с элоквенцией, вторая — с эффективностью речи, с силой воздействия на аудиторию. Целесообразная речь — это единство этих функций; история риторики показывает, что сведение ее к элоквенции, как это произошло во многих европейских риториках нового времени, означает уход от аргументативной проблематики, обеднение предмета и, далее, кризис. Этой же причиной объясняет общий

кризис риторики в XIX в. один из основоположников неориторики Х. Перельман.

В теории риторики, развиваемой в последние годы, все более явственно звучит мысль о том, что риторика должна строить свой предмет с опорой на социологию, и, в особенности, психологию. Как полагают некоторые авторы [Billig 1987; Ueding, Steinbrink 1986], недостатком многих концепций РД, в частности когнитологии, является логическая доминанта, т. е. практически полное исключение риторической аргументации. Основой логической аргументации является обобщение (категоризация), тогда как для риторики существенно умение отделить предмет сообщения от ему подобных посредством приема обособления (конкретизация). Логическая аргументация характеризуется закрытостью и исчерпываемостью; риторическая — открытостью и неопределенностью. Именно это подчеркивал Зенон из Китиона, сравнивая логику с кулаком, а риторику с раскрытой ладонью той же руки. Базовым элементом риторической аргументации является энтимема, или вероятностное утверждение, в котором толкование посылки неоднозначно и предполагает возможность различных выводов. Современная наука в попытках определить единицы мышления часто сводит весь процесс мыслительной деятельности к одной его разновидности: решению задач, в то время как определяющим моментом этого процесса является столкновение суждений или мнений (конфликт). Сведение мышления лишь к акту категоризации ведет к созданию односторонней теории, так как противоположный процесс — обособление или конкретизация — столь же важен.

Если категоризация, согласно представлениям современной психологии, является процессом, присущим всем живым организмам и служит для сжатия воспринимаемой информации, то способность к обособлению лежит в основе специфически человеческой деятельности. «Язык является совокупностью категорий, следовательно, язык служит для уменьшения разнообразия окружающего мира. Язык не создает сложный, бесконечно богатый мир значения, а уменьшает его сложность с тем, чтобы обеспечить устойчивость восприятия и тем самым облегчить задачу обработки информации» [Billig 1987, 125]. Риторические средства и приемы обеспечивают возможность индивидуализации и обособления объектов в речи.

Предложения М. Биллига по развитию теории мышления в целом сводятся к пересмотру концепции обобщения как основного инструмента познания и дополнения ее концепцией обособления (партикуляризации), преимущества которой могут быть продемонстрированы на примере самой теории психологии. Концепция обобщения предполагает возможность неограниченного сходства объектов так же, как и концепция обособления предполагает возможность неограниченного числа различий. Аналогично, сама способность к обобщению предполагает и способность к обособлению, что видно на примере лингвистических категорий, которые специфичны для человека, и тем самым отличаются от других

категорий представления и переработки сенсорной информации. Так, например, категория отрицания служит для выражения критических, противоположных суждений, предполагающих возможность выбора и обособления. Таким образом, адекватная теория аргументации может быть построена только при использовании этих двух инструментов мыслительной деятельности — категоризации и конкретизации. Общественные науки возникли при отделении социальной среды от естественной в соответствии со знаменитым тезисом Протагора «человек есть мера всех вещей». В противоположность Платону, который искал мир истинных сущностей, чтобы положить конец спорам и противоречиям, Протагор не предполагает избавления от противоречий и, следовательно, от риторики.

Данные социальной психологии лежат в основе одной из исследовательских программ, в которых риторика строится исключительно как теория РВ. Основой теории является понятие «риторическая коммуникация», обозначающее такую РК, когда хотя бы у одного из коммуникантов есть осознанная коммуникативная цель, в соответствии с которой строится идеоречевой цикл. Контрапунктом теории является анализ «риторической коммуникации» в двух ипостасях: а) как процесса взаимосвязи личности и социальных групп; б) как инструмента оптимизации этого процесса [обзор работ этого направления см.: Трошина 1987].

Для лучшего понимания законов персуазивной коммуникации необходимо знание современных условий продуцирования речи. Аргументация, как справедливо отмечает Х. Перельман [Perelman 1977], никогда не разворачивается в пустом пространстве и предполагает определенные типы контактов между оратором и аудиторией. Любое общество осознает огромное значение таких контактов, формируя целые общественные институты, запрещающие или разрешающие отдельные виды коммуникации. Очевидно также, что некоторые проблемы либо не подлежат обсуждению из-за моральных и других табу, либо слишком банальны для дискуссии. Аристотель остроумно замечает в «Топиках», что те, кто задаются вопросом, следует ли любить своих родителей, заслуживают лишь примерного наказания, а тем, кто спрашивает, бел ли снег, достаточно взглянуть на него. В классической доктрине — и это, может быть, уместно вспомнить сегодня, любая речь не имела права преступать рамки закона и морали, иначе «риторика, эта весталка, превращается в куртизанку» [Bancel 1869, 11]. Для неориторики, развиваемой в эпоху массовых коммуникаций, изучение аудитории представляет более сложную задачу, чем, например, это было в античном мире, когда оратор выступал перед толпой, которая его «визуально» наблюдала. В самом деле, к кому обращается, например, тот, у кого берут интервью: к журналисту, к читателю журнала, к тому, кто стоит рядом? Или оратор в британском парламенте, обращающийся по традиции к председателю палаты? В перельмановской теории аргументации аудитория понимается как множество людей, на которых стремится повлиять

оратор своей аргументацией независимо от того, присутствуют ли они «физически» на его выступлении. Это множество чрезвычайно разнообразно: от индивида, убеждающего себя в необходимости принятия сложного решения, до интернациональной аудитории (ср. коммуникативную ситуацию международных телемостов).

Точку зрения Х. Перельмана о том, что неориторика должна быть скорректирована с позиций современных условий РК разделяют многие теоретики. Различие между этими условиями в древнем и современном мире А. А. Лунсфорд и Л. С. Ид представляют себе следующим образом:

Классическая риторика

1. Человек — существо рациональное, живущее в гармоническом обществе; главное в человеке — разум.
2. Отношения между ритором и аудиторией антагонистические, коммуникация — однонаправленная.
3. Цель — убеждение.

Современная риторика

- Человек — субъект символообразующей деятельности, человеческое общество — фрагментарно; главное в человеке — эмоции.
- Отношения между ритором и аудиторией кооперативные, коммуникация двусторонняя.
- Цель — коммуникация (?)

(поскольку целью коммуникации, конечно, вряд ли может быть коммуникация, авторы имеют в виду, вероятно, информацию). Для адекватного построения современной риторической модели РК необходимо, как полагают Лунсфорд и Ид, учитывать такие категории, как понимание, сотрудничество и двусторонняя коммуникация. Именно в этом направлении работает лингвапрагматика, развивающая — сознательно или нет — многие риторические идеи.

Неориторика в некоторых своих, возможно, наиболее важных исследовательских программах не ограничена прагматической установкой теории воздействия. Центром таких программ является: а) «анализ категории общественного воздействия в масштабе истории и в зависимости от общественного и культурного развития» [Ueding, Steinbrink 1986, 6]; б) «анализ всех составных частей литературного произведения в наиболее полном аспекте его общественного воздействия с помощью классической, исторической изменчивой ... продолжающей развиваться системы правил риторики» [Там же]. В работах Льежской школы, в менее известных риториках Курциуса и Ницше, в некоторых других исторических изысканиях [Dubois et al 1970; Dubois et al 1977; Florescu 1982; Ueding, Steinbrink 1986] сделана попытка установления смыслового единства европейской культуры, влияния канонических текстов на формирование общественного сознания. Общественное сознание формируется непрерывно, и «каждому изменению общественного мнения, каждой существенной идеологической вариации соответствует новое Слово, новая система текстов. У каждой Революции свои ораторы».

Гуманитарное знание вместе с риторикой несет нам глубоко выстраданную мысль о том, что «мощь и свобода слова, много раз

подверженные в ходе истории тяжелым испытаниям, являются мерилом цивилизации» [Bancel 1869, 18, 6]. Отстранение этого знания от практических потребностей общества — политических, социальных и культурных, как справедливо полагает Коппершмидт [Kopperschmidt 1985], — тенденция опасная. Сегодня мы переживаем тот редкий период отечественной истории, когда теоретическое гуманитарное знание запрашивается обществом. Сегодня в еще большей степени каждый член общества нуждается в широкой образованности, во владении речевой культурой, позволяющей эффективно организовывать дело, отстаивать свое мнение и идеалы. Мечтая о времени сознательно развиваемой демократии, В. И. Вернадский записал в своем дневнике: «Когда есть ряд человеческих обществ и в этих обществах, государствах, в одних широко дана возможность мыслящим единицам высказывать, обсуждать и слагать свое мнение, в других такая возможность доведена до minimum'a — то первые общества гораздо сильнее и счастливее вторых обществ» [Вернадский 1988, 218]. В таком, первом, обществе мы начинаем жить и поэтому ответственность за эффективность всего многообразия речевых коммуникаций, за овладение каждым основами речевой культуры в значительной мере разделяется и теоретиками гуманитарного знания. В центре этого знания должен стоять человек, и понимание законов РК должно перерасти в практическое овладение ее закономерностями. Представляется, что только соединение исследовательских и ценностных программ приблизит к идеальной модели гуманитарной науки.

Литература

- Баранов А. Н., Паршин П. Б. Языковые механизмы вариативной интерпретации действительности как средство воздействия на сознание // Роль языка в средствах массовой коммуникации. М., 1986.
- Безменова Н. А. Массовая информация в свете «отраженной риторики» // Роль языка в средствах массовой коммуникации. М., 1986.
- Безменова Н. А. *Rhetorica nova* // Неориторика: Генезис, проблемы, перспективы. М., 1987а.
- Безменова Н. А. Формирование мировоззрения: Филологический подход (Введение) // Язык и формирование активного мировоззрения. М., 1987б.
- Вернадский В. И. «Основою жизни — искание истины». Публикация // Новый мир, 1988, № 3.
- Рождественский Ю. В. Проблемы влиятельности и эффективности средств массовой информации // Роль языка в средствах массовой коммуникации. М., 1986.
- Трошина Н. Н. Риторика и теория коммуникации: На материале немецкоязычных публикаций // Неориторика: Генезис, проблемы, перспективы. М., 1987.
- Bancel F. de. *Les révolutions de la parole*. P., 1869.
- Billig M. *Arguing and thinking*. Cambridge, 1987.
- Dubois J., Edeline F., Klinkenberg J.-M. et al. *Rhétorique générale*. P., 1970.
- Dubois J., Edeline F., Klinkenberg J.-M. et al. *Rhétorique de la poésie: Lecture linéaire, lecture tabulaire*. P., 1977.
- Florescu V. *La rhétorique et la néorhétorique: Genèse, évolution, perspective*. P., 1982.
- Elertsen H., Hartig W. *Modern Rhetorik*. Heidelberg, 1986.
- Franz-Böhringer B. *Rhetorische Kommunikation*. Quickborn. b. Hambourg, 1965.
- Gage J. T. *An adequate epistemology for composition: Classical and modern perspectives* // *Essays on classical rhetoric and modern discourse* / Ed. by Connors R. J. et al. South. Illinois Uni Press, 1984.

- Geissner H.* Zur Theorie der rhetorischen Kommunikation // Rhetorik. München, 1973.
- Grice H. P.* Meaning // Readings in semantics. Urbana etc., 1974.
- Kopperschmidt J.* Überlegungen zu einer handlungstheoretischen Grundlegung der Rhetorik // Rhetorik und Pragmatik. Ratingen, 1975.
- Kopperschmidt J.* Rhetorica: Aufsätze zur theorie, Geschichte u. Praxis der Rhetorik. Hildesheim, 1985. T. XII.
- Kraus J.* Retorika v dejnach jazykové komunikace. Praha, 1981.
- Lunsford A. A., Ede L. S.* On distinctions between classical and modern discourse // Essays on classical rhetoric and modern discourse. South Illinois, 1984.
- Perelman C.* L'empire rhétorique: Rhétorique et argumentation. P., 1977.
- Pellissier A.* Principes de rhétorique française. P., 1984.
- Teigeler P.* Kommunikationsnissenschaftliche Gundlagen // Rhetorik. München, 1973.
- Ueding G., Steinbrink B.* Grundriss der Rhetorik: Geschichte, Technik, Methode. Stuttgart, 1986. T. XII.

ОРГАНИЗАЦИЯ ТЕКСТА КАК СРЕДСТВО ОПТИМИЗАЦИИ РЕЧЕВОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ

ПСИХОЛОГИЧЕСКАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПОНИМАНИЯ РЕЧЕВОГО СООБЩЕНИЯ

Человеческое восприятие — это сложный и все же не полностью изученный процесс приема и переработки информации. Трудность его изучения подчеркивается всеми исследователями речевого восприятия в условиях коммуникативных процессов.

Сложность и неоднородность процесса смыслового восприятия обуславливается целым рядом объективных, т. е. определяемых самим процессом или принадлежащих объекту восприятия, и субъективных, т. е. зависящих от субъекта восприятия, факторов. К объективным факторам прежде всего относится особенность самого речевого сообщения (РС), представляющего сложную логически-смысловую структуру. Характеризуясь внешней структурой (вступление, основная часть, заключение), РС (текст) в то же время определяется и сложной внутренней структурой, в которой особенно важны основная динамика мысли — композиционное строение (зачин, кульминация, развязка) и соотношение различных уровней предмета высказывания и предикативных отношений. Способ подачи этой сложной структуры, задаваемой коммуникатором, в значительной мере обуславливает ход, особенность и успешность процесса ее осмысления слушателями. К объективным факторам условно могут быть также отнесены и такие закономерности восприятия, как константность (постоянство, относительная независимость процесса от изменения формы, размера предмета или явления и т. д.), соотношение предмета и фона, части и целого и т. д. Мы не будем здесь рассматривать эти общие закономерности процесса восприятия, так как они достаточно полно раскрыты в психологической литературе [см., например: Артемов 1958] и рассмотрены на материале восприятия пропагандистского сообщения наряду с анализом таких важных моментов, как степень новизны сообщения, способ его преподнесения и т. д. [Шерковин 1973, 77—106].

К факторам субъективным, или функциональным относятся особенности протекания самого процесса восприятия у слушателя — субъекта деятельности, зависящие от психологических особенностей данного человека, его опыта и т. д. К таким особенностям самого процесса относятся: а) осмысленность восприятия, б) дискретность этого процесса, в) обусловленность восприятия

прошлым опытом человека, г) опережающий характер восприятия. Рассмотрим перечисленные особенности восприятия.

Осмысленность восприятия РС представляет собой не только одну из наиболее важных особенностей этого процесса, но и является проявлением его внутреннего механизма — осмысления. Так, слушая, например, лекцию и воспринимая акустические речевые сигналы, слушатель в то же время осуществляет сложный процесс их осмысления, в ходе которого он устанавливает между словами смысловые связи, на основе чего воссоздается смысловое содержание высказывания. В результате осмысления слушатель может прийти к пониманию или непониманию смыслового содержания высказывания.

Само понимание как результат осмысления текста представляет собой «...уяснение: а) связей и отношений объектов и явлений, о которых говорится в сообщении, к объектам и явлениям реальной действительности, б) связей и отношений, которые существуют между объектами и явлениями, о которых говорится в сообщении; в) тех отношений, которые испытывает к ним говорящее лицо, а также, г) той побудительно-волевой информации, которая содержится в сообщении» [Клычникова 1975, 35].

Понимание РС осуществляется на разных ступенях, уровнях, в разных планах, характеризуется разной глубиной, разным качеством. В работах советских психологов достаточно четко разработан основной подход к определению уровней понимания, отражающий специфику смыслового восприятия РС. Намечен и основной принцип выделения уровней — от определения значения слов и смутной догадки об общем смысле к установлению конкретного значения слова и установлению «действительного смысла сообщения» (Н. Г. Морозова, А. Н. Соколов, З. И. Клычникова.)

В качестве характеристики уровней понимания можно принять не только изменение понимания от слова к тексту, но и углубление, изменение степени понимания слушающим предмета, основной мысли говорящего, основного содержания высказывания.

Если рассматривать понимание с позиции глубины проникновения в замысел, т. е. в смысловое содержание текста, то первый уровень понимания характеризуется уяснением только того, о чем говорят, т. е. уяснением основной мысли высказывания. Это самое общее и, в определенном смысле слова, поверхностное понимание РС. В этом случае слушатель имеет только общее представление о том, что говорится. На этом уровне понимания слушатель устанавливает основные смысловые связи. Находясь на первом уровне понимания, человек, в лучшем случае, может понять только основные исходные положения, определяющие эту концепцию.

Второй уровень характеризуется пониманием не только того, о чем говорится, но и того, что говорят. Другими словами, слушатель устанавливает смысловые связи между основными планами раскрытия мысли, раскрывает и осмысливает основную и все дополнительные линии высказывания. Он может восстановить

композиционную структуру текста и основную структуру «предметного анализа». Но слушатель, характеризующийся вторым уровнем понимания, однако, не располагает глубокими систематизированными знаниями проблемы, что неизбежно препятствует проникновению в самые тонкие и трудно уловимые смысловые связи речевого сообщения. Человек, находящийся на втором уровне понимания, сопоставляет, анализирует данные, устанавливает все больше смысловых связей между тем, что он знает, и тем, что слышит в данный момент, вынося решение о том, что нового сказано по сравнению с тем, что было уже ему известно.

Третий уровень понимания характерен для человека, обладающего глубокими профессиональными знаниями в той области, которой посвящено сообщение, широким кругозором и богатым жизненным опытом. На основе глубокого знания темы он оценивает во время слушания не только то, что раскрывается в изложении, но и то как, какими средствами это достигается говорящим.

Четвертый уровень понимания характеризуется пониманием не только того о чем, что и как сказано говорящим, но прежде всего выявлением основного смысла высказывания, его главной ведущей мысли, вне зависимости от того, сформулирована она говорящим или дана в подтексте. Проникновение в подтекст высказывания, понимание того, зачем, для чего это говорится, и определяет четвертый — высший уровень понимания. Таким образом, мы видим, что организация логической структуры РС, с одной стороны, обуславливается уровнем характера его понимания, а с другой стороны, сама может обуславливать и определять эти уровни. При этом следует отметить невозможность определения четких границ между уровнями.

Подход к определению уровней понимания с точки зрения осознания слушателем своей деятельности, т. е. с позиции отчетливости понимания был предложен А. А. Смирновым. По А. А. Смирнову, процесс понимания последовательно складывается из пяти уровней, или ступеней: 1) уровень предварения: «Мы еще не поняли того, что воспринято, но чувствуем, что вот-вот уже что-то будет понято нами, уровень „зарождения понимания“, на котором начинается, но еще не осознается сам процесс осмысления; 2) уровень понимания, характеризующийся смутным „сознанием области, к какой относится то, что воспринято нами“; 3) субъективно переживаемое осмысление как понимание: на этом уровне „понимание субъективно переживается как уже достигнутое, хотя выразить его мы еще не можем“; 4) уровень отчетливого понимания сообщения, но без перевода воспринятого, понятого на своем внутреннем коде: „мы просто воспроизводим воспринятое, причем максимально словами подлинника“; 5) самый высокий уровень понимания, характеризующийся „освобождением от скованности словесной формулировки“ и возможностью свободного изложения понятого [см. Смирнов 1966, 168—169].

Второй особенностью речевого восприятия является его дискретный характер. В психологических исследованиях по восприятию и запоминанию речевого материала было показано, что в процессе слушания происходит увеличение или укрупнение отдельных более мелких и менее значимых по смыслу частей или кусков текста, которые составляют основу его смыслового содержания. Человек во время слушания устанавливает смысловые связи между этими частями по различным принципам связи (часто очень индивидуальным) и образует более сложные смысловые единства.

Обработка речевого сигнала требует временного накопления смысловой информации и предполагает вовлечение специального механизма «накапливания» и укрупнения. В процессе смыслового восприятия целого РС этот механизм выявляется в выделении «смысловых опорных пунктов», или «смысловых вех». Эти смысловые опоры, в свою очередь, являются результатом смысловой группировки (расчленения, анализа, объединения) речевого материала. При этом, как подчеркивает А. А. Смирнов, «выделяя в запоминании опорные пункты, мы имеем в виду не их самих, а именно смысл, который они собой представляют, смысл того целого, которое ими заменяется» [1966, 230].

Не менее важной характеристикой восприятия РС является апперцепция (т. е. обусловленность восприятия прошлым опытом человека). Эта особенность явно проявляется именно в восприятии РС, поскольку оно обуславливается множеством факторов прошлого опыта: знанием языка, предмета, о котором идет речь, и практикой слушания (не говоря уже об общем уровне культуры, образовании, возрасте и т. д.).

Зависимость восприятия от прошлого опыта человека дает ему основание для построения некоторых прогнозов в процессе восприятия, т. е. определенным образом предвосхищать будущее. Это влияние прошлого опыта, выражающегося в предугадывании будущего носит название антиципации или предвосхищения и является одним из важных законов деятельности. Способность предвосхищать будущее основывается на сформулированном П. К. Анохиным законом опережающего отражения воздействий окружающей действительности. Согласно этому закону, «опережающее отражение действительности есть основная форма приспособления живой материи к пространственно-временной структуре неорганического мира. . .» [1968, 24]. Опережающее отражение рассматривается как «предупредительное» приспособление, имеющее «одну и ту же решающую характерную черту — сигнальность» [Там же, 27], и выражающееся в том, что актуализация одного из звеньев цепи, связанных между собой повторными совместными появлениями событий в прошлом опыте организма, вызывает мгновенную актуализацию всех следов.

В работах целого ряда советских психологов было показано, что это предвосхищение носит вероятностный характер. Другими словами, было показано, что в процессе восприятия человек

прогнозирует наиболее вероятную для данной ситуации реализацию явления. В силу указанных особенностей самого РС вероятностное прогнозирование особенностей ярко выявляется в речевом восприятии. Это позволяет говорить о вероятностном характере восприятия РС как одной из определяющих особенностей этого процесса.

Механизм прогнозирования речевого высказывания заключается в том, что в процессе слушания человек, приняв первое слово фразы, уже может предположить (не осознавая, конечно, этого), какое слово будет с наибольшей вероятностью следовать за ним. Этот процесс прогнозирования наиболее вероятного смыслового завершения фразы, абзаца и определяет шаг и соответственно скорость осмысления. Очевидно, что воспринимая фразу, человек основную информацию получает уже в ее начале. Конец фразы, определяемой по контексту, т. е. на основе наибольшей вероятности ее завершения, является как бы лишним, избыточным, так как это слово или группу слов уже можно было угадать из контекста.

Анализируя психологический механизм прогнозирования, воспринимаемого РС, Дж. Миллер дал развернутую программу этого процесса: «Слушатель начинает с предположения о сигнале на входе. На основе этого предположения он порождает внутренний сигнал, сравниваемый с воспринимаемым. Первая попытка, возможно, будет ошибочной; если так, то делается поправка и используется в качестве основы для следующих предположений, которые могут быть точнее» [1969, 251] и т. д. Хотя Дж. Миллер не говорит о вероятностной характеристике выдвигаемого слушателем предположения, можно допустить, что, обуславливаясь прошлым опытом, оно имеет эту субъективную вероятностную характеристику.

Существенными для понимания этого явления являются три положения: во-первых, утверждение влияния на вероятность появления символа не только его частоты (объективной), но и частоты и значимости денотата и субъективно-эмоциональной оценки, обозначаемой словом понятия, как хорошего (приятного) или плохого (неприятного). Во-вторых, четкое формулирование гипотезы о частотно-вероятностной организации словаря в памяти носителя языка. По этой гипотезе «словарь в целом организован в соответствии с „индексом” частот» [Фрумкина 1971, 18], и его вероятностная организация проявляется во всем речевом поведении индивида, что подтверждается «зависимостью порогов распознавания от вероятности стимула, коррелированностью прямых оценок с данными словаря» [Фрумкина, Василевич 1967, 5] и другими экспериментальными данными. И в-третьих, определение роли знания общего смысла высказывания в процессе вероятностного прогнозирования. Исследования показали, что по мере того, как общий смысл всего контекста становится известным [см. Зимняя 1974], предсказание осуществляется легче.

Естественно, что в вероятностном прогнозировании роль опорных пунктов играют информативные части слов, предложений, текста. Не менее важны и избыточные элементы сообщения.

Избыточность, проявляющаяся на всех уровнях языка (в фонемном, морфемном, уровне слов и словосочетании), является основой большой надежности восприятия речевого сигнала, его помехоустойчивости в любых условиях общения, связи. Так, например, во фразе *Я иду с большой книгой в руках* дублирующими и, следовательно, избыточными являются местоимение *я* и окончание глагола, согласованные окончания прилагательного и существительного и т. д. Но именно это неоднократное повторение информации в нескольких элементах сообщения обеспечивает безошибочность и точность восприятия этого предложения. Напомним, что количество избыточности в письменном РС равно примерно 70 %. Если несколько распространить принцип избыточности на восприятие всего РС, то можно предположить, что в целом сообщении так же, как и во фразе, должна быть разумная пропорция избыточного и информативного. Это предположение правомерно, так как такое соотношение, во-первых, обеспечивает надежность восприятия при оптимальной нормативности сообщения. Во-вторых, такое соотношение необходимо для того, чтобы дать мозгу слушателя возможность и время обработать поступившую информацию.

Важной особенностью речевого восприятия является преимущественное удержание в памяти информации, подаваемой в начале и в конце сообщения. Многочисленные эксперименты, проводимые психологами по исследованию восприятия и удержания в памяти последовательности слов или целого текста, представляющего последовательность излагаемых фактов, показали, что и в том и другом случае лучше запоминаются начало и конец предъявления. Слушая, например, текст, человек наиболее точно и полно запоминает и потом воспроизводит те суждения, которые раскрывались в начале или конце текста. Такая особенность восприятия и удержания в памяти РС объясняется действием известного в психологии «закона первого и последнего места» или «фактора», «эффекта края». Согласно этому закону, при прочих равных условиях лучше запоминаются те стимулы, которые были предъявлены в начале и конце списка.

В этой связи, говоря об особенностях восприятия основной мысли сообщения следует отметить, что она передается при однократном предъявлении только в том случае, если она сформулирована самим говорящим и более того, если она помещена в начале или, что еще благоприятнее, в конце сообщения. (Это объясняется тем же законом первого и последнего места.) В том же случае, когда главная мысль высказывания должна быть понята из всего контекста сообщения, слушатели, как правило, могут передать ее только в результате дополнительного целенаправленного осмысления всего того, что было ими прослушано [см. подробнее: Тункель 1964]. Это явление может быть объяснено следующим образом. Слушая высказывание, человек следит за «сцеплением» основных положений, за развитием основных событий, определяющих содержание сообщения. Для того, чтобы вывести основную

идею, мозгу слушателя нужно «приложить как бы дополнительные усилия», провести как бы вторичную обработку того, что непосредственно воспринимается. Этот процесс, естественно, требует как времени, так и специальной установки. Следовательно, для того, чтобы облегчить слушателю выявление основного смысла, главной мысли высказывания, эту мысль нужно либо самому говорящему четко сформулировать в самом тексте, либо выразить достаточно явно подтекстом.

Следует еще раз подчеркнуть, что необходимым условием полноты восприятия РС, глубины понимания и прочности его запоминания является активная мыслительная деятельность слушателей. Сама же эта деятельность слушателей может вызываться, как уже отмечалось, правильной постановкой проблемы обсуждения, организацией самого текста, манерой его преподнесения, умелым сочетанием индуктивного и дедуктивного способов изложения и оправданно необходимым применением наглядности.

Таковы основные особенности смыслового восприятия РС, которые обуславливают этот процесс и определяют деятельность слушания лекции. Но нельзя не отметить, что слушание в условиях публичного выступления зависит также и от некоторых особенностей самого говорящего, ибо «слушатель попадает как бы в зависимость от его манеры говорить, темпа речи, ее продолжительности и других условий» [Кочкина 1964, 163]. В качестве таких условий, зависящих от говорящего, могут быть названы следующие: 1) артикуляционные данные говорящего: (артикуляционная чистота, степень редукции и т. д.); 2) время предъявления (длительность звучания сообщения); 3) темп произнесения (средняя длительность слога); и 4) степень заинтересованности говорящего в том, чтобы быть понятым, проявляющаяся в эмоциональности, четкости выделения логического и интонационного оформления и др.

Наибольший интерес при рассмотрении этих особенностей представляет общая зависимость смыслового восприятия сообщения от темпа звучащей речи лектора. Исследователям этой проблемы удалось выявить влияние темпа на определенные уровни восприятия. Так, было показано, что «при медленном темпе речи усложняется синтетическое «обобщение впечатлений в законченный образ речи», быстрый темп мешает «аналитическому рассмотрению речевого потока» [Архипов 1968, 32]. В то же время была достоверно показана связь между темпом говорения и личным темпом слушателя. Было найдено, что если «темп предъявленного отрывка приближался или сравнивался с личным темпом испытуемого, последний характеризовал такой тип как „нормальный темп речи“. В этом случае создавался оптимальный режим передачи-приема информации, и испытуемый схватывал не только основную мысль, но и легко воспроизводил детали» [Там же]. Таким образом, было показано, что такая временная характеристика говорения, как темп речи лектора, также является одним из факторов, обуславливающих эффективность слушания.

О влиянии степени заинтересованности говорящего в том, чтобы быть понятым, на смысловое восприятие речи пока можно судить только на основе эмпирических данных, на основе наблюдений. Но о правомерности существования такого влияния может косвенно свидетельствовать тот факт, что заинтересованность говорящего выявляется в эмоционально-повышенном тоне, который, в свою очередь, должен вызвать эмоциональное сопереживание у слушателя. Психологически же оправданным является положение — то, что называет эмоциональное сопереживание — запоминается и осмысливается лучше, чем нейтральное, индифферентное.

В заключение отметим, что процесс смыслового восприятия всегда оказывается под влиянием также и самого характера РС, определяемого языковыми особенностями (фонетическими, грамматическими, лексическими, стилистическими) и логико-смысловой структурой текста сообщения. Так, на смысловое восприятие прежде всего оказывает влияние степень сложности грамматических форм выражения мысли. Об этом свидетельствует, в частности, некоторое увеличение времени реакции человека на понимание более сложных грамматических форм высказывания.

В целом ряде исследований было также показано влияние композиционно-смысловой структуры текста на его восприятие, понимание и запоминание. Так, на материале исследования восприятия текста на иностранном языке было, в частности, установлено, что «при наличии в тексте дедуктивно-индуктивного способа изложения мыслей авторское обобщение, представленное как исходное общее положение, способствует раскрытию не только конкретных мыслей текста, но и более быстрому и правильному пониманию другого авторского обобщения, носящего характер итогового индуктивного вывода, что выгодно отличает этот способ изложения мыслей от чисто индуктивного» [Венделянд 1970, 11].

Таким образом, очевидно, что смысловое восприятие, являющееся внутренним психологическим механизмом слушания, представляет собой сложный процесс, обусловливаемый целым рядом особенностей и факторов. Если говорящему удастся учесть основные закономерности процесса смыслового восприятия и специфику всей деятельности слушания, то, естественно, само общение с аудиторией становится более управляемым и более эффективным.

Эффективность этого процесса еще более повышается, если существует соответствие интерпретационных возможностей слушателей и говорящего, которое предполагает близость характеристик мыслительной и мнемической деятельности обоих партнеров общения. Это соответствие может устанавливаться для каждой данной ситуации или характеризовать вообще соответствие людей. Известно, например, что чувство юмора у говорящего предполагает наличие этого чувства у слушающего, ибо в противном случае форма выражения мысли, да и само ее предметное содержание не будет понято в силу того, что оно не могло быть интерпретировано. Показательно, что невозможность интерпретирования в процессе

слушания, выражается именно в признании того, что человек не понимает высказывания.

Установление интеллектуального, духовного контакта со слушателем на основе совпадения ценностных ориентаций и характера мыслительной деятельности, отчасти организуемой говорящим, и есть результат и условие эффективности речевого воздействия.

Литература

- Анохин П. К. Биология и нейрофизиология условного рефлекса. М., 1968.
Арана Л. Восприятие как вероятностный процесс // ВП, 1961, № 5.
Артемов В. А. Курс лекций по психологии. Харьков, 1958.
Архипов Г. Б. О влиянии темпа речи на аудирование // Уч. зап. I МГПИИЯ, 1968, т. 44.
Венделянд А. Э. К вопросу о композиционно-смысловой структуре учебного текста и ее влиянии на понимание. Автореф. дис. ... канд. филол. наук. М., 1970.
Зимняя И. А. Опережающее отражение в речевом поведении // Иностранные языки в высшей школе. М., 1974. Вып. 8.
Клычкова З. И. Психологические особенности восприятия письменной речи. (Психология чтения). Автореф. дис. д-ра филол. наук. М., 1975.
Кочкина З. А. Аудирование как процесс // Иностранные языки в высшей школе. М., 1964.
Миллер Дж. Психолингвисты // Теория речевой деятельности. М., 1969.
Смирнов А. А. Проблемы психологии памяти. М., 1966.
Соколов А. Н. Внутренняя речь и мышление. М., 1968.
Тункель В. Д. Прием и последующая передача речевого сообщения // ВП, 1964, № 4.
Фрумкина Р. М. Вероятность элементов текста и речевое поведение. М., МГУ, 1971.
Фрумкина Р. М., Василевич А. П. Вероятность слова и восприятие речи // Вопросы порождения речи и обучения языку. М., 1967.
Шерковин Ю. А. Психологические проблемы массовых информационных процессов. М., 1973.

БИБЛИОПСИХОЛОГИЧЕСКИЙ АСПЕКТ ОПТИМИЗАЦИИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ХУДОЖЕСТВЕННОГО ТЕКСТА

Изучение процессов порождения и восприятия речи всегда находилось в центре внимания психолингвистики. Однако, сделав предметом своего анализа текст, психолингвистика обращалась преимущественно к текстам функциональным (рекламным, газетным, научно-популярным и т. п.), описать значение и структуру которых сравнительно несложно. Анализ же и исследование художественного текста (ХТ) всегда были затруднены сложностью самого объекта [Сорокин 1983, 241]. Проблемы, относящиеся к ХТ решались в психолингвистике только частично, преимущественно в общекультурном плане [Сорокин, Марковина 1985]. Имеющиеся результаты опросов читателей художественной литературы [Книга. ... 1973; Беляева 1971; Стельмах 1978] разноплановы по исходным позициям и не обладают предсказательной силой, т. е. не вскрывают механизм функционирования ХТ.

Отсутствие знаний об этом механизме не позволяет проникнуть в сущность процесса восприятия и оценки ХТ и тем самым не позволяет сделать его более оптимальным. Оптимизация процесса функционирования ХТ в обществе может быть осуществлена только при наличии верного представления о процессе порождения текста, о самом тексте и о критериях оценки текста читателем. Наиболее важным при этом представляется знание тех сторон процесса общения между читателем и автором, которые оказываются релевантными для читателя, обращающегося к ХТ, т. е. знание о мотивах и установках читателя.

Выявить мотивы чтения можно, по-видимому, в том случае, если рассматривать общение читателя и автора как частный случай общения между двумя индивидами. Как известно, в процессе устного общения они попеременно воздействуют друг на друга. Индивид, на которого оказывают воздействие, не желая быть объектом воздействия, не всегда осознает, что на него оказывают воздействие: изменения в его смысловом поле могут происходить независимо от его воли. Находясь в роли «объекта», он тем не менее продолжает сохранять представление о себе как о субъекте и тем самым рассматривает процесс общения (и воздействия на себя) как процесс, в ходе которого он может либо подтвердить, либо уточнить свою «картину мира». Подобное объяснение справедливо и для понимания общения без обратной связи, общения, опосредованного письменным текстом. При этом, если порождение многих типов ХТ вызвано желанием автора описать те представления, которые существуют (или существовали [Левидов 1977, 73—74] у него относительно действительности [Василев 1970, 246—247]), то обращение читателя к ХТ можно описать не столько как желание получить воздействие эмоционального или эстетического плана, сколько как процесс включения текста в свою «картину мира» (с последующей ее коррекцией) [Науман 1978, 79—83].

Естественно, что для того, чтобы читатель вступил в общение с писателем и тем самым акт общения (с последующим воздействием) состоялся, должна иметься хотя бы минимальная исходная общность между читателем и писателем. При этом возникает вопрос относительно того, в какой сфере может находиться эта общность, что имеется в тексте такого, что может объединить читателя и писателя. Прежде всего, общим будет тот социально-исторический, культурный [Сорокин, Марковина 1985] и языковой контекст, в котором существуют автор и читатели, та предметная действительность в ее связях и отношениях, которая получает то или иное отражение в тексте. Кроме того, общим условием для понимания текста читателем, для того, чтобы общение состоялось, должны быть некоторые исходные (и прежде всего языковые) посылки интерпретации этой действительности.

По словам К. Маркса, «продукт становится действительно продуктом» лишь тогда, когда он выступает «не как овеществленная деятельность, но . . . как предмет для действующего субъекта». Как «овеществленная деятельность» продукт существует только в

возможности. Продуктом «в действительности» он становится, лишь превратившись в «предмет для действующего субъекта», т. е. в потреблении. Только здесь он «получает свое последнее finish. . .» [Маркс, Энгельс, 717].

Говоря о тексте, следует иметь в виду, что, описывая общественно-значимые явления, текст приобретает и эстетическую ценность [Борев 1969, 321], но для субъекта текст будет представлять ценность только постольку, поскольку он может быть включен им в свою систему ценностей, лишь постольку, поскольку он в состоянии принять и понять текст.

Представление о тексте как об эстетическом объекте требует признания существования у читателя способности к распознаванию этих эстетических свойств текста. В силу того что истоки эстетических категорий можно обнаружить в человеческих эмоциях [Борев 1969, 27—28; Никифоров 1978, 172—173; Джидарьян 1976, 48—49], в реальной потребности в передаче чувств, мыслей, представлений людей друг другу [Плеханов 1958, 365], следует предположить, что ХТ реально выступает для индивида не только как эстетический объект, но и как некоторая особая фиксация чувств, мыслей, представлений автора. При этом естественным кажется предположить, что читатель неосознанно стремится к тому, чтобы его эмоциональные структуры подвергались минимальной трансформации, или в крайнем случае соответствовали динамике его личностных интересов. Трудно представить себе такую ситуацию, когда читатель обращается к тексту, который заведомо ему не понятен, не нужен, или не приятен. Понимание ХТ как изображения действительности и как выражения средствами естественного языка модели человеческого отношения к миру [Степанов 1974] делает возможным объяснение процесса функционирования ХТ с привлечением библиопсихологической теории Н. А. Рубакина (1862—1946).

Н. А. Рубакин исходил из того, что каждый читатель принадлежит к определенной общественной группе, у которой имеется ядро интересов и стереотипов. Эти стереотипы, сформировавшиеся у индивида в процессе воспитания, во многом определяя его отношение к событиям внешнего мира, сказываются и на восприятии им окружающей действительности и на выработке системы оценок явлений этой действительности. В этой связи Н. А. Рубакин считал, что содержание текста следует рассматривать не только как совокупность семантических образований, но и как стимул для образования тех или иных проекций у воспринимающих текст читателей (типов читателей). По Н. А. Рубакину, источниками той или иной реакции на текст является и наследственность, и социальная среда, и личный опыт индивида, что предполагало классификацию возможных типов читателей по этим параметрам. Особое внимание он уделял выявлению психического типа читателя, считая, что именно психические особенности личности проявятся в процессе восприятия и в ХТ [Рубакин 1977]. Его представления подкрепляются и результатами современных

исследований, которые показали, что при обращении к художественной литературе читатель выступает не как носитель знаний, а как личность со своей структурой ценностей и динамических смысловых систем [Сорокин 1978; 1979].

В 1892 г. Э. Геннекеном была выдвинута гипотеза о том, что обращение читателя к тому или иному тексту зависит прежде всего от степени совпадения личности читателя с личностью автора, получившей выражение в тексте [Геннекен 1892, 76]. Впоследствии, в 1929 г., Н. А. Рубакин особо рассмотрел положение, согласно которому сходство психологических особенностей автора и читателя позволяют читателю наиболее успешно усваивать тексты, принадлежащие данному автору [Рубакин 1977, 217—222, 224—228]. Несмотря на то что обращение читателя к тексту для подтверждения своей «картины мира» происходит в индивидуальном порядке и неосознанно, результат этого обращения социально значим. «Литература, — писал Э. Геннекен, — служит выражением народа не только потому, что он ее произвел, а и потому, что она была принята, признана им и доставила ему наслаждение, а потому и повлияла на его поведение» [Там же, 222].

Затронутая Э. Геннекеном и Н. А. Рубакиным проблематика позволяет выделить как минимум два аспекта проблемы соотношения между типом читателя и типом текста, который он предпочитает для чтения (типом текста, который оказывает на него максимальное воздействие). Если такое соотношение между типом читателя и типом текста действительно существует, то, во-первых, по типу читателя можно предсказать тип текста, который читатель выберет для чтения, а, во-вторых, по типу текста предсказать тип читателя, который скорее всего обратится к этому типу текста. В связи с этим правомерны две основные задачи оптимизации функционирования ХТ: 1) выявление типов читателей и тех типов текстов, которые они предпочитают; 2) выявление особенностей текста, которые влияют на его выбор той или иной группой читателей.

Для решения первой задачи необходимо исследовать: а) построение типологии читателей; б) построение типологии текста, которая могла бы быть соотнесена с типами читателей; в) выявление соотношения между типами читателей и читаемыми ими типами текстов.

Типы читателей. Для выявления читателей того или иного жанра может быть использован тест интереса к произведениям этого жанра, использование которого позволит выявить степень знакомства любого человека с теми или иными текстами [методику см.: Белянин, Ямпольский 1982, 95—96]. Если же необходимо построить типологию читателей вообще, то следует иметь в виду, что читателем художественной литературы может быть практически любой человек, независимо от степени знакомства с литературой. А поскольку конечной целью оптимизации функционирования художественной литературы является привлечение максимально большого количества читателей к ХТ (с целью определенного воздействия на них), то, на наш взгляд, следует отказаться от

типологии собственно читателей [см. например: Беляева 1971; Орлова 1979], а исходить из типологии личности, имеющейся в психологической литературе (К. Юнг, К. Леонгард, А. Е. Личко и др.).

Доказательством того, что такой подход плодотворен, может служить эксперимент, проведенный на материале научно-фантастических текстов [Белянин, Ямпольский 1982]. Проверка гипотезы Геннекена-Рубакина о психическом сходстве писателя и почитателя текстов этого писателя показала, что читатели научной фантастики обладают в основном такими же индивидуально-психологическими особенностями, что и авторы научно-фантастических текстов. Это позволяет читателям максимально адекватно интерпретировать тексты научно-фантастического типа. Кроме того, они регулярно читают тексты этого жанра, предпочитая его другим жанрам.

Результаты эксперимента позволяют утверждать, что обращение читателя к тому или иному тексту, чтение этого текста и тем самым степень воздействия текста на читателя связана с психологическими особенностями читателя как личности. При этом понимание личности как воедино связанной совокупности внутренних условий, преломляющих все внешние воздействия позволяет утверждать, что и восприятие ХТ осуществляется читателем на основе всей системы значений и смыслов, существующих в его сознании.

Затронутая проблематика и полученные предварительные экспериментальные данные делают необходимым дальнейшую проверку и уточнение всех аспектов воздействия ХТ на читателя. И в этой связи объяснение процесса восприятия ХТ, процесса и результата его воздействия на читателя требует прежде всего знания об истоках возникновения ХТ в сознании автора. Иными словами, необходимо иметь психологическую классификацию текстов.

Типы текстов. Проблема представления знаний о мире в текстах художественной литературы нашла отражение в герменевтике и в работах по искусственному интеллекту. Однако общей теории ХТ до настоящего времени не создано. Ни лингвистика, ни психология, ни даже литературоведение не дают ответов на вопрос о жанровом делении ХТ, о моделях их порождения и закономерностях их восприятия. Л. В. Щерба писал: «Язык художественной литературы имеет, конечно, гораздо больше вариаций, чем деловой язык, но они не так очевидны и во всяком случае не так легко классифицируются» [Щерба 1957, 119]. Д. Н. Овсяннико-Куликовский (1853—1920) пытался решить задачу классификации ХТ соотносением с определенными аспектами личностного отношения автора текста к действительности [см. Осьмаков 1981, 34—36, 50—74, 109—212]. Н. А. Рубакин также предполагал существование текстов с преобладающими разными «доминантами» авторов [Рубакин 1977, 187] в зависимости от того, какого рода переживания они могут вызвать [Там же, 173—174]. Чрезвычайно плодотворным оказался подход К. Леонгарда к художественной литературе [Леонгард 1981, 178—377] с учетом типов акцентуиро-

ванных личностей [Там же, 11—173]. Тем самым в настоящее время создана возможность построения типологии ХТ не по жанрам, а по типам отношений людей к миру.

Анализ современной зарубежной художественной литературы показал, что существуют тексты, которые в целях научного исследования можно достаточно однозначно соотнести с тем или иным типом крайнего выражения психики [Белянин 1985] и тем самым выделить определенные типы ХТ. В частности, были выделены тексты интенсивные, жестокие, резкие, активные, светлые, красивые, печальные, усталые, усложненные и др. Проведенный психолингвистический анализ показал, что каждому типу текста (типу автора) соответствует определенный тематический отбор объектов описания и свои сюжетные построения. В рамках некоторых типов текстов можно выделить семантически довольно ограниченный список предикатов, которыми характеризуются объекты материального и социального мира. В свою очередь, этим предикатам соответствуют наборы лексических элементов, которые встречаются только в текстах определенного типа, а в текстах иного типа имеют иные смыслы, входя в другие семантические пространства (назовем их психологическими синонимами). Определенные закономерности наблюдаются и в семантической и фонетической структуре элементов ономастического пространства некоторых типов текстов. Иными словами, каждый тип текста (из выделенных нами) обладает своей языковой и семантической системностью.

Но, аналогично тому, как лингвистический анализ текста не позволяет получить знание о том, как текст будет восприниматься читателем, выявление типов текстов «от автора» само по себе еще может не означать реальности этих типов для читателей. Необходима экспериментальная проверка.

Выявление соотношения между типом читателя и типом текста. При рассмотрении результата обращения читателя к тексту, т. е. при рассмотрении результата воздействия текста на читателя следует иметь в виду, что о результате воздействия ХТ на читателя можно судить только по косвенным показателям, поскольку элементы системы ценностей (а тем более изменения в ней) эксплицируются в очень редких случаях. Наиболее явно результат воздействия текста может проявиться в его оценке читателем [Сорокин 1979, 266—287], при этом особую роль играет оценка текста как интересного или как не интересного [Там же, 279].

Нами проведен эксперимент, для которого были отобраны тексты, представлявшие 8 типов сознания. На каждый тип текста было взято по 10 наиболее типичных текстов. Каждый текст сжат по психологической доминанте до одного высказывания. 277 испытуемым было предложено оценить каждый из 80 текстов по семибалльной шкале типа «интересно» — «не интересно» от +3 до -3, включая «0». Параллельно испытуемым предъявлялся психодиагностический опросник, который имел трехуровневую структуру и измерял 25 факторов индивидуально-психологических особенно-

стей личности [Ямпольский 1982]. В ходе эксперимента испытуемых также просили объяснить мотивы той или иной оценки некоторых текстов.

Анализ вербальных описаний текстов показал, что читатели интерпретируют тексты в пределах своих перцептивных эталонов и с помощью языковых элементов своих картин мира. Результаты факторного анализа полученных оценок текстов показали, что читатели выделяют группы, близкие тем, которые были выделены нами в результате психолингвистического анализа этих текстов. В частности могут быть названы три группы текстов, оценки которых значимо коррелировали между собой: а) группа активных текстов (тексты активные, веселые и красивые), б) группа печальных текстов (печальные, усталые и частично усложненные), в) группа жестоких текстов (жестокие и интенсивные).

Таким образом, можно считать доказанным положение о том, что в ходе восприятия ХТ читатель опознает психологическую модель мира автора, отраженную в тексте. Более интересным является вопрос, что является результатом опознания психологического состояния, имеющегося в тексте, от чего зависит та или иная оценка текста реципиентом. Эксперимент показал, что большое влияние на выбор и оценку ХТ оказывали профессиональные интересы испытуемых или их родственников (выбираются тексты о героях знакомых профессий), на оценку влиял пол испытуемых (девушки выбирают с большей частотой тексты о девушках), их возраст (молодежь предпочитает читать о молодежи, а не «о стариках»). Немаловажное значение на возможный выбор текста для чтения оказывают и читательские интересы испытуемых (некоторые испытуемые предпочитают читать тексты известных авторов, либо произведения, описывающие явления, о которых они мало читали).

В то же время сопоставление результатов психологического тестирования читателей с оценками предъявленных им моделей текстов показало наличие значимой корреляции между выбором текста определенного психологического типа и личностными особенностями читателей. Оказалось, что читатели более склонны выбирать для чтения тексты того типа, которые описывают имеющиеся у них состояния (например, лица, склонные к депрессии высоко оценивают печальные тексты и низко — активные; низкие оценки жестоких текстов были связаны с высокой женственностью испытуемых, а высокие — с высокой стеничностью и доминантностью и т. д.).

Таким образом, гипотеза Геннекена-Рубакина о совпадении типов писателя и читателя получила очередное экспериментальное подтверждение [см. также: Simsova 1966].

В плане оптимизации речевого общения целесообразно также рассмотреть задачи, связанные собственно с текстом, с теми особенностями его организации, которые оказывают воздействие на реципиента. К ним относятся: а) выявление метакоммуникативных особенностей речевого общения; б) описание метатекстовых особенностей текста; в) выявление внутренних особенностей текста.

Поскольку описанию условий, в которых функционирует ХТ, посвящена большая литература [Книга... 1973; Стельмах 1978; Чубарьян 1978; Социология... 1979], рассмотрим те условия организации общения автора и писателя, которые зависят от автора. Прежде всего, следует отметить, что для того, чтобы читатель вступил в общение с писателем, его внимание должно быть привлечено к тексту. Это осуществляется благодаря наличию у текста имени автора, названия и иногда аннотации.

Фамилия автора выступает как некоторый ктематоним (ярлык) ментального плана, в котором в компрессированном виде дана характеристика предыдущих текстов данного автора, если таковые имеются [см. Белянин, Сорокин 1978]. Влияние фамилии автора на читателя может быть настолько велико, что знание реципиента о предыдущих текстах или его незнание фамилии автора может значительно смещать оценку текста [Сорокин, Белянин 1983]. Так, в нашем эксперименте мы предъявляли тексты без фамилии автора, поскольку пилотажный эксперимент показал, что в условиях дефицита информации испытуемые приписывают фамилиям разного типа (японским или славянским) разные оценки. Название текста, отражая смысловую структуру текста [Копыленко 1978] также служит средством привлечения или отталкивания читателя и тем самым организует общение. Нельзя не дооценивать значение аннотации к тексту, играющей роль своего рода упаковки, рекламы текста. Но только после того, как читатель обратился к самому тексту, можно будет сказать, будет ли он читать текст, дочитает ли он его, будет ли он рекомендовать его другим читателям и т. д.

Анализ художественной литературы с точки зрения выраженности в текстах личностного отношения автора показал, что наиболее часто для повторной публикации воспроизводятся тексты двух типов: а) в которых наиболее ярко выражено то или иное состояние, б) в которых имеется описание нескольких состояний. В случае, если мы не примем во внимание тексты, разнородные по своей психологической структуре, мы столкнемся с парадоксом такого рода: если читатели предпочитают читать тексты, которые описывают имеющиеся у них или понятные им состояния (а тексты делятся именно по этому основанию), то как объяснить наличие в художественной литературе текстов, которые нравятся многим читателям, различающимся по своим психологическим особенностям.

Рассмотрим выявление тех особенностей текста, которые влияют на его выбор той или иной группой читателей.

Вот что писал Н. А. Рубакин о механизме распространения печатного произведения: «Успех книги и вообще художественного произведения является следствием в известной степени соответствия между свойствами автора, которые выразились в его произведении, и свойствами известной нам части общества. Если изменяется в силу еще неизвестных нам... причин состав данного социального коллектива из каких-то психических типов, неизбежно

изменяется и читаемость разных авторов» [Рубакин 1979, 220]. Эти и другие высказывания Н. А. Рубакина говорят о том, что он не видел особой разницы между книгами, которые нравятся некоторым читателям и книгами, которые нравятся многим читателям [Рубакин 1977, 217—224]. По нашим наблюдениям, такая разница есть, и причина популярности того или иного текста кроется не только в читателях, но и в самом тексте.

Психолингвистический анализ художественной литературы показал, что если некоторые художественные произведения являются выражением какого-либо одного состояния человека, концентрируют в себе какое-то одно мироощущение, то во многих произведениях присутствует описание нескольких подходов к одному и тому же явлению жизни, описываются разные объекты, присутствуют разные позиции.

Результаты нашего эксперимента и ряд наблюдений позволяют предположить, что именно такие тексты оказывают максимальное воздействие на читательскую аудиторию. Психолингвистический анализ такого рода текстов позволил выявить определенные сочетания лексических единиц психологически разнородной семантики, пересечение семантических полей и диффузность структурных моделей, которые существуют в «чистом» виде в текстах, представляющих один тип сознания.

В частности, описание нескольких типов состояний содержат в себе классические произведения. Например, это характерно для произведений В. Шекспира. Печальный рассказ о гибели молодых Джульетты и Ромео (в его романах есть и экзальтация [Леонгард 1981, 339—340] завершается призывом к угрозе, невозможной в рамках печального типа текста.

В принципе, наличие среди текстов В. Шекспира и веселых («Двенадцатая ночь»), и печальных («Ромео и Джульетта», «Король Лир»), и жестоких («Кориолан») [см. Леонгард 1981, 311—313], «Отелло» [Там же, 296], и усталых текстов («Гамлет») свидетельствует о том, что в его творчестве представлены разные, если не все возможные состояния психики человека (естественно, что многие поступки героев имеют указание на социальные причины, их породившие, и все содержание облачено в высокохудожественную форму, но в данном случае мы отвлекаемся от этого). Иными словами, в художественном наследии В. Шекспира можно выделить тексты разных психологических типов. Несколько другие закономерности были выявлены нами при анализе некоторых современных произведений, получивших большую популярность среди читателей. В частности, ставший бестселлером роман С. Кинга «Мертвая зона» (Иностр. лит., 1984, № 1—3) по сути дела состоит из ряда рассказов, каждый из которых отражает определенный тип сознания. Так, парапсихологическая тематика придает тексту некоторую усложненность, описание политической борьбы сближает его с активным текстом. В романе имеется ставшая новелла о полицейском-садисте, разрывающем маленьких детей (типичная тема жестоких текстов). Завершается роман

«замогильным дыханием», характерным для печальных текстов. Характерно, что в самом тексте можно выделить границы между этими фрагментами-состояниями довольно однозначно. Таким образом, тот факт, что в романе «Мертвая зона» имеется описание нескольких психологических состояний, может считаться одной из причин его большого воздействия.

Аналогичному анализу были подвергнуты другие популярные тексты («Челюсти» П. Бенчли, тексты песен «Битлз», песен, исполняемых А. Пугачевой). Результаты анализа, сопровождавшегося опросом экспертов, позволяют утверждать, что чем больше типов сознания отражено в тексте, тем большее воздействие он оказывает на читателей и тем самым он имеет больше шансов на популярность среди современников и на увековечивание в художественном сознании потомков.

Коротко суммируя вышеизложенное, можно выдвинуть ряд гипотез относительно степени воздействия ХТ на читателей и путей оптимизации функционирования ХТ.

1. Степень воздействия ХТ на читателя зависит от степени сходства психических особенностей читателя с психическими особенностями автора, получившими выражение в тексте. Оптимизация общения в этом плане может представлять собой ряд мер организационного порядка, направленных на подбор текстов (и тем самым коммуникаторов) определенного психического типа для определенной аудитории. Чем ближе будет психологическая доминанта текста (или коммуникатора) психическим особенностям реципиентов, тем большее воздействие он на них окажет.

2. В случае, если автор и читатель несхожи психологически, степень воздейственности ХТ зависит от а) художественности текста и б) его информативности.

Воздействие ХТ на читателя будет тем больше, чем убедительнее и художественно выразительнее он раскрывает идеи и состояния, присущие данному типу сознания. Оптимизация процесса общения может быть достигнута за счет придания тексту более обобщающего характера, придания его эмоциональному содержанию общечеловеческого «звучания».

Степень воздействия ХТ будет также зависеть от темы текста, от его информативности. Воздействие ХТ на читателей будет тем больше, чем больше текст способен удовлетворить дефицит информации, имеющийся у читателей. Оптимизация общения в этом плане может быть достигнута путем сообщения в тексте такой информации, которая не доступна «среднему читателю» (термин Н. А. Рубакина). Тем самым текст привлечет к себе внимание читателей разных психических типов. Этим можно объяснить, в частности, популярность текстов А. Хейли [Васильев 1985, 440], Штемлера, В. Пикуля, Ю. Семенова, а также книг серии «Жизнь замечательных людей», обращение к которым обусловлено еще и стремлением к идентификации читателя с главным героем [Беляева 1971].

3. ХТ окажет воздействие на тем большее количество читателей, чем больше типов сознания в нем получит отражение.

Оптимизация функционирования текста в этом случае может быть достигнута различным образом. Например, в текст может вводиться большое количество героев, для которых характерно разное отношение к действительности (так сделано, например, в бестселлере П. Бенчли «Челюсти» (Иностр. лит., 1974, № 7—8), может быть дано описание одного события с разных позиций. Этим приемом пользуется, в частности, А. Хейли в романах «Аэропорт», «Отель», «Колеса», «Сильнодействующее лекарство» и др., с героем текста могут происходить разнохарактерные события (так происходит в вышеупомянутом бестселлере С. Кинга «Мертвая зона», где динамика развития событий определяется сменой описываемых состояний героя) и т. п. Одним из способов придания тексту большей доступности (и как следствие — воздейственности) может быть расширение «палитры» языковых (и тем самым — смысловых) характеристик описываемых явлений или событий.

Вышеприведенные выводы следует, на наш взгляд, считать лишь гипотезами, имеющими право на существование только в специальной научной литературе, потому что, как писал В. Я. Пропп, «там, где искусство становится областью творчества неповторимого гения, применение точных методов только тогда даст полные результаты, если изучение повторимости будет сочетаться с изучением единственности, перед которым пока мы стоим как перед проявлением непостижимого чуда. Под какие бы рубрики мы не подводили «Божественную комедию» или трагедии Шекспира, гений Данте, или гений Шекспира неповторим и ограничиваться в их изучении точными методами нельзя» [Пропп 1983, 583—584]. То же самое можно в полной мере отнести и к процессу функционирования ХТ: степень воздействия текста на читателя зависит от индивидуального творчества читателя и предсказать ее можно только с некоторой долей вероятности.

Литература

- Маркс К., Энгельс Ф. Сочинения. Т. 12.
Беляева Л. И. Мотивы чтения и критерии оценок произведений художественной литературы у различных категорий читателей // Художественное восприятие. Л., 1971.
Белянин В. П. Психология и лингвистика текста // Функционально-семантические и стилистические аспекты анализа текста. Сб. деп. в ИНИОН АН СССР 04.09.1985, № 22349.
Белянин В. П., Сорокин Ю. А. Роль мемы анхистонимов в оценке художественного текста // Тезисы VI Всесоюзного симпозиума по психолингвистике и теории коммуникации. М., 1978.
Белянин В. П., Ямпольский Л. Т. Экспериментальное выявление психологического тезауруса жанра текста // Общение: структура и процесс. М., 1982.
Блейхер В. М., Бурлачук Л. Ф. Психологическая диагностика интеллекта и личности. Киев, 1978.
Борев Ю. Эстетика. М., 1969.
Бремон К. Структурное изучение повествовательных текстов // Семиотика. М., 1983.
Василев С. Теория отражения и художественное творчество. М., 1970.
Васильев А. П. [Послесловие] // А. Хейли. Колеса. М., 1985.
Геннекен Э. Опыт построения научной критики. Эстетическая психология / Перев. с фр. СПб., 1892.

- Джидарьян И. А. Эстетическая потребность. М., 1976.
- Копыленко О. М. Экспериментальное исследование влияния смысловой структуры текста на его понимание. Тезисы VI Всесоюзного симпозиума по психолингвистике и теории коммуникации. М., 1978.
- Книга и чтение в жизни небольших городов. Вып. 4. Психологический анализ восприятия художественной литературы. М., 1973.
- Левидов А. М. Автор — образ — читатель. Л., 1977.
- Леонгард К. Акцентуированные личности. Киев, 1981.
- Науман М. Введение в основные теоретические и методологические проблемы // Общество, литература, чтение. М., 1978.
- Никифоров А. С. Эмоции в нашей жизни. М., 1978.
- Озеров Л. [Предисловие] // И. С. Тургенев. Стихотворения в прозе. М., 1971.
- Орлова В. С. Методические аспекты международных исследований восприятия художественной литературы // Социология и психология чтения. М., 1979.
- Осьмаков Н. В. Психологическое направление в русском литературоведении. Овсяннико-Куликовский. М., 1981.
- Плеханов Г. В. Избранные философские произведения. М., 1958. Т. V.
- Пропп В. Я. Структурное и историческое изучение волшебной сказки // Семиотика. М., 1983.
- Рубакин Н. А. Психология читателя и книги. М., 1979.
- Сорокин Ю. А. Методика шкалирования текста как один из способов выявления ценностных ориентаций реципиентов // Функционирование текста в лингвокультурной общности. М., 1978.
- Сорокин Ю. А. Смысловое восприятие текста и библиопсихология // Ю. А. Сорокин, Е. Ф. Тарасов, А. М. Шахнарович. Теоретические и прикладные проблемы речевого общения. М., 1979.
- Сорокин Ю. А. Применение понятий «номинатор» и «оператор» к анализу текста как сложного знака // Психолингвистические проблемы семантики. М., 1983.
- Сорокин Ю. А., Белянин В. П. Оценка художественного текста с учетом мены анхистонимов // Современные методы исследования средств массовой коммуникации. Таллинн, 1983.
- Сорокин Ю. А., Марковина И. Ю. Национально-культурные аспекты речевого мышления // Исследования речевого мышления в психолингвистике. М., 1985.
- Социология и психология чтения. М., 1979.
- Стельмах В. Д. Исследование литературно-художественных интересов читателей (современное состояние проблемы) // Творческий процесс и художественное восприятие. Л., 1978.
- Степанов Г. В. Цельность художественного образа и лингвистическое единство текста // Лингвистика текста. М., 1974. Ч. 2.
- Тодоров Ц. Семиотика литературы // Семиотика. М., 1983.
- Чубарьян О. С. Человек и книга. М., 1978.
- Щерба Л. В. Современный русский литературный язык // Избранные работы по русскому языку. М., 1957.
- Ямпольский Л. Т. Трехуровневый психодиагностический опросник (ПДО-3) // Актуальные проблемы психологии спорта (методические рекомендации). Душанбе, 1982.
- Murray H. A. Explorations in personality: a clinical and experimental study of fifty men of college age. N. Y., 1938.
- Simsova S. The Rubakin experiment: a preliminary report // Research in Librarianship, 1966, October, N 1(4).

КРЕОЛИЗОВАННЫЕ ТЕКСТЫ И ИХ КОММУНИКАТИВНАЯ ФУНКЦИЯ

Креолизованные тексты (КТ) — это тексты, фактура которых состоит из двух негетерогенных частей: вербальной (языковой/речевой) и невербальной (принадлежащей к другим знаковым

системам, нежели естественный язык). Примерами КТ могут служить кинотексты, тексты радиовещания и телевидения, средств наглядной агитации и пропаганды, плакатов (ориентированных на аудиторию — от узкопрофессиональной до широкой), рекламные тексты.

Вербальная фактура текста может сочетаться и с такой невербальной частью текста, когда в качестве знаков последней выступают сами предметы: например, классическая японская танка могла сопровождаться флористическим контекстом, имеющим вполне определенное значение (семантическую массу).

По-видимому, наличие таких негомогенных частей в структуре текста является одним из способов создания коммуникативного напряжения и в текстовом, и в затекстовом пространстве, т. е. в пространстве воспринимающего этот текст [см. также Попов, 1965]. В то же время эти две части КТ, сложного семиотически, разнонаправленны по своим функциям: можно предположить, что обе они являются эстетически неравноправными в зависимости от задач, которые преследует текст, от его принадлежности к той или иной коммуникативной сфере, от коммуникативных навыков и умений коммуникатора. Тем самым оказывается, что коммуникативное напряжение и в текстовом, и в затекстовом пространстве создается не только в силу сосуществования негомогенных частей в одном тексте, но и в силу их различного аксиологического веса.

Если рассматривать плакат как КТ, который в ряде случаев является эстетически значимым, т. е. находящимся под коммуникативным напряжением, то возникает вопрос, за счет каких составляющих этот текст рядов (вербальных и/или невербальных) возникает эстетическая (художественная) ценность самого текста и его ценность для реципиента.

Если считать, что «эстетически функционирующий текст выступает как текст повышенной, а не пониженной, по отношению к нехудожественным текстам, семантической нагрузки» [Лотман 1973, 21] и что «художественное функционирование порождает не текст, «очищенный» от значений, а, напротив, текст, максимально перегруженный значением» [Там же, 22], то возникает парадоксальная ситуация в связи с тем, что некоторые плакаты, например, О. Савостюка и Б. Успенского [см. Ляхов 1974], являясь нехудожественными (по крайней мере, в их вербальной части) КТ, оцениваются В. Н. Ляховым как тексты, характеризующиеся повышенной семантической нагрузкой и если не перегруженные, то вполне отягощенные значениями. (Но тогда по отношению к чему, к какому нехудожественному живописному ряду и может ли «чистый» живописный ряд быть сопоставленным с живописным рядом, инкорпорированным в креолизированный текст?)

Ситуация осложняется также и тем, что сама оценка КТ как эстетического является некоторой переменной, варьирующейся в зависимости от личного — вербального и невербального — опыта реципиента, сложным образом взаимодействующего с личным опытом коммуникатора: «...событие жизни текста, т. е. его

подлинная сущность, всегда развивается на рубеже двух сознаний, двух субъектов» [Бахтин 1979, 285; см. также Рубакин 1929]. Справедливость этого утверждения М. М. Бахтина может быть подтверждена многочисленными экспериментальными данными [см. Сорокин, Уфимцева 1980], свидетельствующими о необходимости изучения взаимодействия в рамках триады: реципиент — текст — коммуникатор. Ориентация лишь на один элемент триады, а именно на текст как на самоценный и самодостаточный феномен, предопределила тот факт, что плакат изучался и анализировался в основном с точки зрения его соответствия тем или иным эстетическим критериям.

Гораздо реже можно встретить работы, анализирующие плакат с функциональной точки зрения, с позиций соответствия его тем задачам, ради которых он и существует. Функциональные характеристики плаката являются основными, все остальные — второстепенны: композиция, колористическое решение, манера письма, отбор символов и т. д. — все эти «технологические» навыки и умения, с помощью которых и «овеществляется» плакат, должны оцениваться лишь с функциональной точки зрения.

Как известно, плакат является одним из средств речевого и неречевого воздействия, направленного на формирование определенных ценностных установок в профессиональной и общественной деятельности. Механизм этого воздействия можно представить следующим образом: передача информации, формирование на основе этой информации интересов, потребностей, в конечном счете мировоззрения индивида и побуждение его к активной — целенаправленной и эффективной — деятельности. Каким же образом плакат может быть использован в качестве средства воздействия? Для ответа на этот вопрос необходимо рассмотреть те условия, в которых находится этот КТ.

При непосредственном общении, в ситуации «лицом к лицу», обслуживаемой устной речью, коммуниканты могут корректировать свои речевые действия, наблюдая ответные реакции собеседника. Если некий икс предполагает передать информацию некоему игреку с целью оказать воздействие на последнего, то, организуя общение, он подчиняется следующему интуитивному «алгоритму» поведения:

- 1) привлекает внимание потенциального реципиента к себе и к передаваемой им информации;
- 2) заинтересовывает реципиента этой информацией, возбуждает познавательную потребность получить эту информацию в форме, доступной для этого реципиента;
- 3) предлагает считать передаваемую информацию за истинную, чему, как правило, способствует создание атмосферы доверия к источнику информации и/или демонстрация качеств уникальности этого источника;
- 4) указывает, что принятие рекомендаций, исходящих из источника информации, и следование им отвечает потребностям реципиента.

Когда воздействие осуществляется при помощи плаката, сами субъекты воздействия — авторы плаката — лишены возможности организовывать общение, так как оно «разорвано» в пространстве

и во времени. Поэтому функции общения и «берет на себя» плакат. Причем и в этом своем качестве он также оказывается негомогенным и амбивалентным по своим функциям: плакат является не только информативным блоком, адресованным некоторому реципиенту, но и блоком средств, организующих общение. Поэтому авторы плаката и его издатели должны ясно представлять себе цели и задачи плаката как семиотически сложного средства, организующего общение, и именно в границах этой сложности и с ее помощью должны решать задачи, на которые ориентирован плакат, а именно задачи воздействия на реципиента. При этом следует учитывать, что плакат является лишь «указателем» на затекстовую действительность, совокупностью дейктических средств, структура и иерархия которых и обеспечивает эффективность плаката.

Задачи, решаемые при помощи плаката, распадутся на две группы: 1) задачи организации общения и 2) задачи осуществления воздействия. Рассмотрим здесь задачи первой группы. Наиболее четко они осознаются составителями рекламных плакатов: необходимость достижения контролируемых прагматических результатов обусловила проведение интенсивных экспериментальных исследований функционирования рекламных плакатов, — исследований, которые, к сожалению, отсутствуют в должном объеме в области политического плаката и наглядной агитации, в области профтехобучения и торгово-промышленной рекламы.

В самом общем виде организация общения сводится к тому, чтобы создать условия, благоприятные для осуществления воздействия. Эти условия создаются, в свою очередь, решением некоторых частных задач.

1. Задача привлечения к плакату произвольного внимания реципиента. Для ее решения авторы плаката имеют в своем распоряжении колористические и композиционные средства, вербальную и невербальную фактуру плаката. Наиболее распространенным принципом использования этих средств является принцип контраста: произвольно привлекает внимание реципиента такой плакат, который по своему внешнему виду, формату, по манере исполнения, колористическому решению и композиции контрастирует с аналогичными плакатами. Иными словами, это такой плакат, который по отношению к некоторым другим плакатам функционирует в режиме коммуникативного напряжения.

2. Задача удержания внимания реципиента, стабилизации его интереса. Стабилизировать интересы реципиента можно, предложив ему нечто, адекватное его познавательным потребностям: такая адекватность характерна для сведений, относящихся, в первую очередь, к сфере профессиональной деятельности реципиента.

Учитывая, что профессиональная деятельность включена в более широкий контекст деятельности вообще, можно предположить следующее: любой фрагмент деятельности, носящий и интерперсональный, и интраперсональный характер и реализованный в образе — плакате, будет обладать свойством аттрактивности, свойством привлечения внимания, если он совпадает в той или

иной степени с полем жизненного опыта реципиента, ибо аттрактивность есть сигнал взаимодействия и согласования смысловых и эмоциональных полей коммуникатора и реципиента.

3. Если задача удержания внимания реципиента успешно решена и если удалось заинтересовать реципиента плакатом, то возрастает вероятность того, что реципиент перейдет к изучению КТ плаката. Иными словами, именно в этом случае и будет решена задача организация общения: реципиенту будет передана соответствующая информация.

Помимо психологических параметров, обеспечивающих эффективность восприятия и понимания плаката, по-видимому, существуют и лингво-позтологические параметры, учет которых авторами плаката позволяет ему функционировать эффективно и экономично.

4. Если рассматривать плакат как некий сложный образ, то ему, исходя из исследований А. А. Потебни [1976, 464—559], можно было бы приписать следующие свойства: 1) он состоит из ряда действий, или из ряда изменений; 2) эти действия могут быть представлены в виде некоторого единства; 3) образ-плакат не дает подробной характеристики действий (сцен) и действующих лиц (характеров); 4) материалом для образа служат «...такие лица, которые одним своим названием достаточно определяются... служат готовым понятием» [Там же, 479], образ-плакат характеризуется «конкретностью или единичностью действия» [Там же, 480]. Заметим, что материалом для образа-плаката могут служить и предметы, реалии, процессы.

Образ-плакат «есть постоянное сказуемое к переменчивым подлежащим, постоянное объяснение к изменчивому подлежащему» [Там же, 484]. Подлежащее («то, что подлежит объяснению») не входит, по мысли А. А. Потебни, в состав образа («при отвлечении легко опускается») [Там же, 470], а сказуемое («объясняющее») и составляет структуру образа. Если это так, то плакаты следует рассматривать в качестве цепочки сказуемых, состоящих из вербальных и невербальных компонентов — сказуемых к аксиологическому подлежащему(-им). Эффективность воздействия этих сказуемых будет зависеть от двух условий: 1) от степени структурированности исходного «подлежащего(-их)» и степени осознания коммуникаторами этой структурированности; 2) от технологического строения «сказуемых», реализующих некоторое «подлежащее(-ие)».

По-видимому, образы-плакаты являются расплывчатыми образами особой сложности, образами-предписаниями, образами-дейксисами, включающими в себя в качестве составной части квалификации. Модификаторы не являются элементами образа-плаката. Они — элементы образно-понятийной структуры личности художника-плакатиста (дизайнера). Оставляя в стороне невербальные параметры образа-плаката, следует указать, что вербальную часть образа-плаката можно рассматривать в качестве квалификатора (ср. подход к расплывчатым образам [Шапиро 1978, 668]) невер-

бальной части: в связи с этим возникает проблема избыточности одной части плаката относительно другой, требующая специальных экспериментальных исследований. В то же время невербальная часть может служить квалификатором вербальной части, и является в принципе таковой, ибо невербальная фактура текста есть не что иное, как реализация некоторой общей вербальной программы, исходящей из соответствующих «директивных» инстанций. Вербальное сопровождение предложенному художником-плакати-стом невербальному тексту является с этой точки зрения квалификатором второй степени, редуцированным квалифика-тором.

Кроме перечисленных выше задач, существует еще одна задача, которую художник-плакатист (дизайнер) и автор текста решают по-разному в зависимости от темы и цели некоторого конкретного плаката и в зависимости от той конситуации, в которую «инкорпори-рован» плакат. В то же время сотрудничество художника-плакатиста и автора текста плаката может оказаться наиболее плодотворным в том случае, если и тот и другой принадлежат к одному психическому типу (к одной семиотической группе). Реципиент, имеющий, например, опыт восприятия политического плаката, встречаясь с новым плакатом, с некоторой вероятностью прогнозирует его содержание, композицию, колористическое реше-ние и вербальный текст. Художник-плакатист и автор текста не могут нарушать сложившиеся установки на восприятие политиче-ского плаката, ибо в противном случае воздействие окажется неэффективным: плакат не будет восприниматься как политический именно в силу того, что лапидарность, например, изобразительных средств плаката не позволяет реципиенту усвоить некоторый идеологический комплекс, так как эти изобразительные средства деформируют систему ожиданий реципиента: поле символов реципиента и поле символов плаката оказываются несовпадающими. В то же время плакат, полностью учитывающий установки восприятия, не нарушающий ожиданий реципиента, является, по сути дела, «сверхкомфортабельным» по условиям восприятия. В этом случае плакат узнается, но не «прочитывается», смысл плаката не фиксируется реципиентом в силу привычности плакатного знака (в силу привычности КТ), не требующего от реципиента усилий для его восприятия и понимания. Таким образом, плакат не должен и деформировать установки на его восприятие, и содержать элементы острашения, очуждения, — приемы, эффективно используемые в сфере художественной литературы (см. работы В. В. Шкловского), в театральной прак-тике (Б. Брехт) и в рекламе. Наибольшие ограничения на исполь-зование приема острашения наблюдаются в политических плакатах и в наглядной агитации политического содержания.

Решая задачи организации общения и воздействия, авторы плаката действуют в рамках ограничений, накладываемых на их деятельность сложившимися установками на восприятие плаката реципиентом. Не меньшее значение имеют и те культурологические

привычки на восприятие плаката, которые формируются у реципиента под воздействием культурного фонда и фона, специфичного для той или иной лингвокультурной общности. Авторам плаката необходимо ясно сознавать степень своей внутренней свободы в процессе трансформации имеющихся установок на восприятие, позволяющих плакату быть объектом осмысленного восприятия, объектом планируемых оценок, переструктурирующих смысловое поле реципиента. Восприятие, понимание и оценки плаката на бессознательном уровне предполагает такую «отлаженность» его фактуры, что она не является предметом рефлексии реципиента. Но эта «отлаженность» предполагает, в свою очередь, ряд рациональных, осознаваемых коммуникаторами операций по структурированию фактуры креолизованных текстов.

Особое значение проблемы порождения и функционирования КТ приобретают в тех культурах, которые являются «горячими», ибо в этих культурах преобладает установка не на сохранение текста, а на создание «нового текста, который должен быть принципиально отличен от всех ранее существовавших и собственно нести максимальное количество информации в статистическом смысле» [Иванов 1982, 416], что, в свою очередь, предполагает необходимость разработки оптимальных приемов и способов продуцирования и управления этими текстами (и в частности креолизованными, доля которых в информационном балансе социума, по-видимому, будет все более и более возрастать) [об этих приемах и способах см. в частности: Надирашвили 1972].

Литература

- Бахтин М. М. Эстетика словесного творчества. М., 1979.
- Иванов Вяч. Вс. Взаимоотношение динамического исследования эволюции языка, текста и культуры (к постановке проблемы) // Изв. АН СССР. ОЛЯ, 1982, т. 41, № 5.
- Лотман Ю. О содержании и структуре понятия «художественная литература» // Проблемы поэтики и истории литературы. Саранск, 1973.
- Ляхов В. Н. Олег Савостюк. Борис Успенский. М., 1971.
- Надирашвили Ш. А. Психология пропаганды. Тбилиси, 1972.
- Попов Ю. В. Предложение и коммуникация в психологическом синтаксисе // Язык и стиль. М., 1965.
- Потебня А. А. Эстетика и поэтика. М., 1976.
- Рубакин Н. А. Психология читателя и книги. Краткое введение в библиологическую психологию. М.; Л., 1929.
- Сорокин Ю. А., Уфимцева Н. В. Психолингвистические проблемы семантики // Проблемы лингвистической семантики. М., 1980.
- Шапиро Д. И. Об использовании «расплывчатых образов» как средства изучения неосознаваемой психической деятельности // Бессознательное. Природа. Функции. Методы. Тбилиси, 1978. Т. 3.

РОЛЬ ФОНОСЕМАНТИКИ В РЕЧЕВОМ ВОЗДЕЙСТВИИ

Среди многих проблем, с которыми связано исследование текста, наиболее «психолингвистической» является, пожалуй, проблема речевого воздействия (РВ) на реципиента. Изучение текста в плане

РВ подразумевает рассмотрение прежде всего двух вопросов: 1) взаимодействие реципиента и текста, 2) ориентирование текста на определенный тип аудитории. В связи с этим можно говорить не только о психолингвистическом и методическом значении изучения текста (в плане РВ), но и об экономическом значении исследования этой проблемы (например, в применении к выпуску книжной продукции). Однако, несмотря на то что в рамках лингвистики текста (ЛТ) предпринимались определенные шаги по изучению процесса РВ текста на реципиента, пока, как справедливо отмечает Ю. Н. Караулов, «в этой сфере остается много неясного и спорного» [Караулов 1982, 20].

В настоящее время одним из наиболее плодотворных подходов к изучению текста является комплексный подход, предусматривающий исследование текста «на стыке» двух областей лингвистической науки: ЛТ и теории перевода. Значимость и актуальность этого подхода в плане РВ текста обусловлена тем, что, во-первых, именно переводные тексты формируют у реципиента понятие об инокультуре и внедряют в его сознание определенные системы смысловых и ценностных категорий. Во-вторых, переводной текст представляет собой вторичную знаковую систему по отношению к тексту на исходном языке (ИЯ), а следовательно, является продуктом усложненной коммуникативной схемы. В случае перевода в схеме «автор—текст—реципиент» появляется новое звено — «переводчик», которое, безусловно, влечет за собой определенные изменения и в механизме воздействия на реципиента. Специфика этого механизма малоизучена. Именно поэтому задачей нашего исследования было сопоставление путей РВ на реципиентов текстов на ИЯ и их аналогов на ПЯ.

Исследование таких текстов, особенно текстов художественных произведений, актуально не только с точки зрения ЛТ, но и с точки зрения теории перевода, литературоведения, семиотики и других дисциплин. При анализе художественного произведения (как литературоведческом, так и лингвистическом) возникает необходимость «исходить из процесса его читательского восприятия» [Фридлендер, 1979, 19], поэтому суть нашей работы заключалась в экспериментальном исследовании восприятия реципиентами художественного текста (ХТ) на ИЯ и их аналогов на ПЯ. В теоретическом плане такое исследование актуально, так как текст на ПЯ имеет ряд существенных особенностей (в коммуникативном и семиотическом смыслах), по сравнению с текстом на ИЯ. А. Попович выделяет важнейшие из них: принадлежность перевода двум культурам (в отличие от оригинала, принадлежащего одной культуре), а также «серийность» перевода, т. е. его функционирование как «размноженного» текста, представляющего собой вариант оригинала [Попович 1980]. В практическом аспекте наше исследование может послужить «конкретизации требований к переводам различных типов», о необходимости которой пишут М. Я. Цвиллинг и Г. Я. Туровер [1978].

Материал исследования. В качестве материала экспериментального исследования было выбрано несколько поэтических произведений, написанных на английском языке и их переводы на русский, что объясняется несколькими причинами.

1. Задачи исследования поэтических текстов (ПТ) в определенной степени «перекрывают» задачи исследования прозаических аналогично тому, как задачи исследования последних «перекрывают» задачи исследования текстов вообще. Причиной этого служит своеобразная максимальная реализация смыслового и структурного уровней, осуществляющаяся именно в ПТ. Это приводит, с одной стороны, к увеличивающейся информативности ПТ, а с другой стороны (в структурном отношении), к наличию в этих текстах определенных ограничений (например, рифмы, размера, ритма, и т. д.). Возникает «парадоксальное сочетание максимальной упорядоченности ПТ с содержательной и со структурной точек зрения, не приводящее, однако, ни к уменьшению информативности, ни к однообразию и схематичности. Наоборот, в ПТ (на это указывают И. Фонадь [Fonagy 1961], Ю. М. Лотман [1972] резко растет информативность и понижается избыточность. За счет этого, по словам Ю. М. Лотмана, «поэтическая структура оказывается несравненно более высоко насыщенной семантически и приспособленной к передаче таких сложных смысловых структур, которые обычным языком вообще не передаваемы» [Лотман 1972, 27].

2. ПТ также более удобны для нашего экспериментального исследования, так как в них завершенность, целостность смысловой структуры сочетается с большей (по сравнению с прозой) компрессированностью формы: любое стихотворение, независимо от объема, представляет собой законченное целостное произведение (связный и цельный текст). В прозаических произведениях такую компрессированность в сочетании с целостностью смысловой структуры можно найти только в весьма специфических жанрах (афоризмы, притчи, фольклорные речения).

3. Для ПТ в ряде случаев характерно наличие нескольких вариантов переводов на данном ПЯ (в нашем эксперименте русском), в то время как для прозы менее характерно явление вариативности переводов (по крайней мере, их параллельного существования во времени).

Поэтические произведения, использованные в качестве материала исследования, написаны современными английскими поэтами: два стихотворения — Д. Томасом, три — Ф. Ларкиным и три — Р. Грейвзом. Каждое из стихотворений имеет два варианта перевода на русский язык, выполненных советскими переводчиками.

Явление вариативности переводов на ПЯ одного и того же текста на ИЯ представляет интерес для исследования в силу того что такие тексты «двойственны» с коммуникативной точки зрения. С одной стороны, каждый вариант перевода текста с ИЯ на ПЯ воспринимается читателем на ПЯ как независимое самостоятельное произведение за исключением тех случаев, когда читатель знаком с оригиналом, а с другой стороны, все варианты переводов объединены

некоторым «инвариантным ядром» (термин А. Поповича). Так как творчество переводчика реализуется «соответственно определенному, объективно зафиксированному значению текста» [Попович 1980, 74], то в плане РВ представляется целесообразным исследовать, в первую очередь, вариантыные элементы текста или «поле отступлений от оригинала, которое неизбежно возникает из-за различия культурных, языковых, стилистических коннотаций» [Там же].

В качестве адекватной для нашего исследования модели мы выбрали модель А. П. Журавлева [1974], предложенную им для исследования значения слова. В соответствии с этой моделью основную часть значения слова составляет четко осознаваемое понятийное ядро, которое может быть достаточно точно описано реципиентом. Помимо понятийного ядра в значении слова присутствует и признаковый аспект, который можно описать на уровне коннотаций, а также фонетическая значимость, практически не осознаваемая для большинства слов. Можно провести достаточно четкую аналогию между этой моделью и моделью художественного произведения А. А. Потебни. Рассмотрение им художественного произведения как «синтеза трех моментов (внешней формы, внутренней формы и содержания)» [Потебня 1976, 190], или, по терминологии А. П. Журавлева, фонетической значимости, признакового аспекта и понятийного ядра, дает нам основания рассматривать «операциональную» модель А. П. Журавлева как конкретизацию «общей» модели А. А. Потебни.

Рамки экспериментального исследования мы ограничили исследованием восприятия признакового, коннотативного аспекта и фонетической значимости поэтического текста на ИЯ и ПЯ. Тесная взаимосвязь этих двух аспектов поэтического произведения отмечалась многими исследователями [Иванов 1967; Лотман 1972; Маск 1975; Levin 1977 и др.]. Считая справедливым замечание В. В. Иванова о том, что задача поэтического перевода состоит «в передаче связей между звуковым рисунком текста и его значением» [Иванов 1967, 262], мы попытались проследить конкретную реализацию этой связи на материале ПТ.

Таким образом, ход эксперимента включил в себя два этапа: 1) исследование восприятия коннотативного содержания поэтических текстов на ИЯ и ПЯ; 2) исследование восприятия фонетического содержания этих текстов.

Исследование восприятия коннотативного содержания поэтических текстов

Цель данного этапа эксперимента — сравнение восприятия ПТ на ИЯ и ПЯ с точки зрения коннотативного содержания — обусловила методику проведения этого эксперимента. Она заключалась в оценивании реципиентами каждого текста по заданным признаковым шкалам.

При выборе признаков шкал мы сочли необходимым опираться на ту систему оценочных характеристик, которая «описывает» каждое конкретное произведение, функционирующее в культурном социуме ИЯ, а именно на оценки критики, данные исследуемым поэтическим произведением на ИЯ (т. е. оценки англоязычной критики). Именно эта система оценок определяет «место» каждого произведения в творчестве того или иного автора и «место» всей творческой деятельности автора в системе культуры в целом. Оценка критиками творческой манеры того или иного автора, касается, на наш взгляд, именно коннотативного уровня содержания текста.

В качестве признаков шкал были использованы лишь наиболее «типичные» характеристики творчества каждого из авторов. Таковыми мы считали те, которые использовались не менее, чем половиной критиков данного поэта. В соответствии с этим принципом, для эксперимента было выбрано: 20 признаков шкал для оценки текстов Д. Томаса, 15 — для оценки текстов Ф. Ларкина, 16 — для оценки текстов Р. Грейвза. Эксперимент проводился на английском языке для реципиентов — носителей английского языка и на русском для реципиентов — носителей русского языка. Перевод значений признаков шкал на русский язык и перевод инструкции эксперимента на английский язык осуществлялся информантом-билингвом.

Информанты. В группу англоязычных информантов входили 34 чел. — студенты, аспиранты и преподаватели гуманитарных кафедр университетов Великобритании; соотношение мужчин и женщин в группе было равное, средний возраст — 30 лет.

Процедура эксперимента: информантам предъявлялись тексты стихотворений на ИЯ без указания автора и списки оценочных признаков, по которым их предлагалось оценить. Оценка осуществлялась по шестибальной шкале, где «0» — самая сильная степень проявления признака, а «5» — самая слабая степень его проявления. Этот порядок оценок установлен в связи с известным психологическим феноменом «тяготения» к «хорошим» оценкам, т. е. «4» и «5». Информантов просили прочесть стихотворение и проставить соответствующие оценки на специально разграфленных опросных листах. Никаких пояснений по содержанию оценочных шкал информанты не получали. Эксперимент проходил в течение нескольких дней, в день оценивалось не более двух текстов. Обработка результатов эксперимента заключалась в вычислении средней оценки и среднеквадратичного отклонения по каждому признаку для каждого стихотворения.

Для анализа результатов эксперимента были выделены значимые (релевантные) признаки для каждого из стихотворений, а именно оценки — 1,5 (указывающие на сильную степень проявления признака, например, «очень музыкально») и — 3,5 (указывающие на слабую степень проявления признака, например, «очень немusical»)). Выделение релевантных признаков позволяет понять, «задействуют» ли реципиенты при оценке ПТ те же признаки, что и критика, или у реципиентов

существует своя система оценочных характеристик, отличная от системы критики. В результате анализа релевантных признаков, выделенных англоязычными информантами для исследуемых стихотворений, сделаны следующие выводы:

1. Оценивая стихотворения по заданным признакам, испытуемые отдают предпочтение отрицательным признакам (например, «неритмично», «неэмоционально», «неиронично»), что объясняется, по-видимому, психологической установкой испытуемых. Как считает Ю. А. Сорокин, эту установку можно назвать рецептивной, т. е. такой, при которой испытуемые «не связаны» задачей объяснения структуры и механизма функционирования текста, в отличие от креативной установки, которая требует применения понятий, обладающих определенной объяснительной силой» [Сорокин 1979, 283]. Рецептивная установка подразумевает более пассивное отношение испытуемых к процедуре оценки, а также отсутствие однозначной, «судейской» позиции, что и выражается в отрицательных оценках [см. Орлова 1966, 153]. Представляется, что в нашем эксперименте предпочтение испытуемыми отрицательных оценок свидетельствует о слабости «судейской» позиции, т. е. о пассивном отношении к процедуре оценки вследствие рецептивной установки.

2. ПТ не всегда понимаются и интерпретируются реципиентами на том содержательном уровне, который подразумевается критикой. Расхождения особенно показательны, если обратиться к материалам оценок стихотворений Д. Томаса. Следует отметить, что именно стихотворения Д. Томаса («Do not go gentle into that good night» и «And death shall have no dominion»), из всех предъявленных для оценки текстов, были хорошо знакомы большинству информантов. Возможно, что именно наличие в сознании испытуемых некоторого «эталона» оценки этих стихотворений вызывает нежелание информантов оценивать этот «эталон» заново, по некоторой совокупности признаков, являющихся для них «чужими». Возможно также, что большое количество признаков, не использованных для оценки текстов Д. Томаса (15 из 20), т. е. «неработающих» в эксперименте, объясняется тем, что эти признаки являются неадекватными для описания исключительно сложной семантической системы, которой оперирует поэт. Несмотря на обилие критического материала о творчестве этого поэта (значительно большего, чем о творчестве двух других поэтов), содержательность его поэтической системы остается, по-видимому, малодоступной для критического анализа. Сложная семантика поэтических образов Д. Томаса, создаваемая за счет «полифонического» взаимодействия используемых им языковых средств (лексика, синтаксис, просодика и т. д.), предопределяет трудность восприятия его поэзии, «не укладывающейся» в каноны английской поэтической традиции. Можно предположить, что оценки англоязычной критики, приемлемые и вполне пригодные (как показывают результаты оценок, полученных для стихотворений Ф. Ларкина и Р. Грейвза) для описания традиционной английской поэзии, оказываются неадекватными для описания содержательной и выразительной

системы образов поэзии Д. Томаса. Иными словами, оценки критики оказываются «привязанными» к некоторой традиционной семантике и в силу этого, как свидетельствуют результаты нашего эксперимента, не вполне операциональными, что, в свою очередь, обуславливает расхождения этих оценок с оценками информантов, которые интуитивно осознают «нетрадиционность» поэзии Д. Томаса и не принимают оценок критики в силу разнонаправленности «смыслов» ПТ и их критических толкований.

Эксперимент с русскоязычными информантами

Процедура эксперимента идентична той, которая использовалась в ходе эксперимента с англоязычными испытуемыми.

Информанты. В эксперименте участвовали две группы русскоязычных информантов: в первую группу (условно названную «технической») входили 25 чел. — представители технической интеллигенции, во вторую (условно названную «гуманитарной») 30 чел. — студенты-старшекурсники, аспиранты и преподаватели филологических факультетов МГУ и УДН им. П. Лумумбы; в обеих группах возрастной состав информантов был однородным — 25—30 лет, соотношение мужчин и женщин равным. Эксперимент проводился независимо в двух группах, что дало возможность обеспечить большую достоверность результатов и исследовать особенности восприятия реципиентов в зависимости от характера образования.

Результаты эксперимента по оценке текстов на ПЯ обрабатывались и интерпретировались таким же образом, как и результаты эксперимента на ПЯ. В эксперименте на ПЯ испытуемые оценивали 18 текстов (по два переводных варианта каждого оригинального стихотворения). Стихотворения Д. Томаса переводили О. Чугай, П. Грушко, М. Коренева и А. Штейнберг. Переводы стихотворений Ф. Ларкина выполнены А. Кушнером, Р. Дубровкиным, А. Ибрагимовым, С. Куняевым и Я. Берлиным. Переводы всех трех стихотворений Р. Грейвза в двух вариантах были сделаны А. Сергеевым. Как смысловые, так и стилистические различия между двумя вариантами каждого стихотворения Р. Грейвза весьма незначительны.

В результате анализа оценок, полученных в ходе эксперимента на ПЯ, сделаны следующие выводы:

1. Расхождения средних оценок информантов, как правило (в 90 %), не превосходят среднеквадратичного отклонения оценок в каждой из групп, что свидетельствует о достаточности выборки информантов в эксперименте и о незначительности расхождений оценок в двух группах для большинства признаков.

2. Более существенные различия в восприятии между двумя группами информантов наблюдаются лишь при выделении релевантных признаков. Эти различия заключаются в том, что информанты «гуманитарной» группы свободнее оперируют понятийными и эмоционально-оценочными признаками, используя

большее количество релевантных признаков, чем испытуемые «технической» группы.

Результаты эксперимента согласуются с мнением Т. М. Дридзе [1972] о том, что характер образования является весьма существенным признаком для выделения семиотического типа. В нашем эксперименте этот признак оказался достаточным для выявления семиотического типа, т. е. различий в восприятии ПТ испытуемыми с техническим и гуманитарным образованием. Данный вывод дает нам возможность считать оценки «гуманитарной» группы сопоставимыми с оценками англоязычных информантов, полученными в ходе эксперимента на ПЯ, так как «гуманитарная» группа русскоязычных информантов вполне однородна с группой англоязычных информантов и по количеству испытуемых, и по образовательному уровню.

Сопоставляя релевантные оценки, выделенные информантами англоязычной и русскоязычной групп для одного и того же стихотворения (на ИЯ и ПЯ), мы провели сравнительный анализ восприятия коннотативного содержания ПТ группами, относящимися к сходному семиотическому типу, но к различным лингвокультурным сферам. Этот сравнительный анализ позволил нам сделать следующие выводы относительно восприятия коннотативного содержания ПТ на ИЯ и их аналогов на ПЯ:

1. Относительно небольшие расхождения оценок в каждой из групп информантов свидетельствуют о неслучайном характере выставленных оценок и выборе релевантных признаков, что, в свою очередь, свидетельствует об эффективности методики признакового шкалирования для оценки коннотативного содержания ПТ.

2. Наибольшее сходство в восприятии коннотативного содержания оригиналов и переводов получено для стихотворений Ф. Ларкина. Оно выражается: а) в высоком проценте использования релевантных признаков (80 % для оригиналов и 87 % для переводов); для текстов Д. Томаса и Р. Грейвза это соотношение составляет соответственно 33 % и 13 %; б) в высоком проценте совпадения оценок англоязычных и русскоязычных информантов для всех четырех стихотворений Ф. Ларкина (соответственно 70 %, 77 %, 71 %, 69 %). Для текстов Д. Томаса и Р. Грейвза этот процент составляет 33 % и 13 % (для двух текстов Д. Томаса) и 60 %, 54 %, 87 % (для трех текстов Р. Грейвза).

3. И англоязычные, и русскоязычные информанты отдают предпочтение отрицательным признакам при оценке ПТ по заданным шкалам. Для англоязычных информантов процент отрицательных релевантных признаков от общего числа релевантных оценок составляет 87 %, для русскоязычных — 73 %.

4. Большой процент положительных релевантных оценок, используемых носителями русского языка, а также использование ими большего числа признаков в качестве релевантных позволяет сделать вывод о том, что установка на поэзию у носителей русского языка является в большей степени креативной, чем у англоязычных информантов (для них это соотношение таково: 5 из 20 для

текстов Д. Томаса; 12 из 15 для текстов Ф. Ларкина; и 11 из 16 для текстов Р. Грейвза).

Рецептивная установка англоязычных информантов на поэзию объясняется культурологическими причинами, а именно тем, что социальная роль поэзии (и художественной литературы вообще) в значительно меньшей степени осознается английскими читателями, нежели носителями русского языка. Чтение в Великобритании, как отмечает Дж. Чэндлер, «рассматривается как положительное явление само по себе, не требующее никаких социологических обоснований» [Chandler 1973].

Показательно, что исследования читательских интересов в Великобритании крайне немногочисленны, и в большинстве из них поэзия, как самостоятельный жанр, вообще не включается в перечень предпочтений читателей. Поэзия объединяется в этом перечне с художественными произведениями и произведениями искусствоведческого характера (books on art, poetry), которые отнюдь не рассчитаны на массовое воздействие. Таким образом, поэзия в Великобритании является не «массовым» (как, например, в СССР), а «элитарным» жанром, что, очевидно, и влияет на формирование соответствующей (рецептивной) установки у англоязычных испытуемых.

5. ПТ не всегда понимаются и интерпретируются реципиентами на том содержательном уровне, который подразумевается критикой. Доказательством этому служат результаты оценок оригинальных текстов. Д. Томаса англоязычными испытуемыми, а именно небольшое число выделенных ими релевантных признаков (25 % от общего числа данных для оценки). Оценивая тексты стихотворений Ф. Ларкина и Р. Грейвза англоязычные информанты использовали значительно большее число шкал («неработающими» для текстов Ф. Ларкина оказались лишь 2 шкалы из 15; для текстов Р. Грейвза — 5 шкал из 16).

Расхождение мнений критиков и реципиентов в оценке художественного прозаического текста исследовалось Ю. А. Сорокиным [1979]. Им установлено наличие «ножниц» между мнением критиков и мнением читателей: критики используют систему оценок, не тождественную системе оценок читателей, что ведет к параллельному существованию двух оценочных сфер, не «стыкующихся» между собой и предопределяющих различную аксиологическую трактовку смысловой массы художественного текста. По-видимому, и в нашем случае (подтверждением чему служат совокупности «работающих» и «неработающих» шкал) мы зафиксировали наличие «ножниц» в оценке ПТ.

Исследование восприятия фонетического содержания поэтических текстов

Данный эксперимент посвящен исследованию восприятия фонетической организации ПТ на ИЯ и ПЯ. Фонетическая «картина» всего текста складывается из фонетических характеристик минимальных

смыслоразличительных единиц (звукобукв для русского языка и фонем для английского языка). Наличие одинаковых характеристик для текста, с одной стороны, и для фонем (звукобукв), с другой, позволило унифицировать и упростить методику, использованную в эксперименте. Эта методика основана на однократном шкалировании минимальных смыслоразличительных единиц и на дальнейшем «суммировании» полученных характеристик для каждого текста с помощью ЭВМ ЕС—1033.

При выборе оценочных шкал мы опирались на «машинный лексикон» А. П. Журавлева, использованный им для выявления фонетической содержательности русских звукобукв (и на этой основе поэтических текстов на русском языке). Наш «машинный лексикон» представлял собой 11 шкал-антонимов (стремительный—медлительный, сильный—слабый, яркий—тусклый, радостный—печальный, светлый—темный, возвышенный—примитивный, бодрый—вялый, прекрасный—некрасивый, устрашающий—успокаивающий, угрюмый—веселый, нежный—резкий).

При проведении такого эксперимента возникает вопрос о предъявляемом стимуле. Понятие «звукобуква», введенное А. П. Журавлевым и вполне подходящее для русского языка, для английского абсолютно неприемлемо. Ориентация на звуки неправомерна, поскольку звуки в английском языке чрезвычайно изменчивы в комбинаторном и позиционном плане (например, sign [sain] — signature ['signətʃə]). Ориентация на буквы также неправомерна, поскольку в сознании носителя языка они могут «интерпретироваться» по-разному (например, буква с как [k] и как [s]). Смыслоразличительной является и оппозиция по долготе/краткости гласного. Таким образом, очевидно, что в качестве предъявляемого стимула может быть использована лишь фонема, подкрепленная соответствующим (а именно транскрипционным) графическим изображением. В связи с этим, англоязычным испытуемым предъявлялось 44 транскрипционных знака, соответствующих 44 фонемам современного английского языка [Васильев 1970].

Испытуемые. В эксперименте участвовали две группы испытуемых: в каждой группе по 30 чел., соотношение мужчин и женщин равное, средний возраст 25—30 лет. Первая группа состояла из носителей «британского» варианта английского языка, вторая группа — из носителей «американского» варианта английского языка. Следуя В. А. Васильеву [1970], эти две группы информантов мы называли RP (Received Pronunciation) и GA (General American). Проведение эксперимента в двух группах позволило не только получить более достоверные результаты, но и сравнить особенности восприятия одних и тех же фонем в зависимости от принадлежности испытуемых к разным культурно-языковым системам.

Процедура эксперимента. Испытуемым поочередно предъявлялись карточки с транскрипционным изображением каждой фонемы. При предъявлении фонема дважды артикулировалась. Испытуемые оценивали фонемы по пятибалльной шкале по

принципу: «очень яркий» — 1, «яркий» — 2, «никакой» — 3, «тусклый» — 4, «очень тусклый» — 5. В день проводилась оценка фонем лишь по одной шкале.

Обработка результатов эксперимента. В результате эксперимента было получено два массива оценок (по 14 520 каждый). Была подсчитана средняя оценка для каждой фонемы по каждой шкале из числа экспериментальных. Для сопоставления двух массивов был использован следующий метод. Для каждой из 11 шкал подсчитывалось среднеквадратичное отклонение для одной произвольно выбранной фонемы. Полученные среднеквадратичные отклонения колебались в диапазоне от 0,2 до 0,4 и составляли в среднем 0,3. Поэтому значительно расходящимися значениями мы считали те, расхождение между которыми превышало 0,6 (т. е. удвоенное среднеквадратичное отклонение). Количество значительно расходящихся между двумя массивами оценок составило 12 %. Характерно, что в число значений, имеющих значительные расхождения по одной или нескольким шкалам, попадают практически все фонемы, выделенные В. А. Васильевым как наиболее различающиеся в RP и GA.

Малое число сильно расходящихся оценок по двум полученным массивам подтверждает статистическую достоверность полученных результатов. В связи с этим мы смогли вывести среднеарифметические значения оценок фонем ИЯ.

Полученные оценки фонем ИЯ сопоставлялись с оценками звукобукв ПЯ (русского), полученных по тем же признаковым шкалам А. П. Журавлевым, что позволило сделать следующие выводы о характере английского звукосимволизма по сравнению с русским. Звукосимволизм в английском языке носит более «сглаженный», «размытый» характер, нежели в русском языке. Подтверждением этому служит и феномен акустического и графического «рассогласования» образа фонем. Хорошим примером такого рассогласования является «eye-rhyme» («зрительная рифма»), широко используемая в англоязычной поэтической традиции. Экспериментально данный вывод сделан нами на основе неиспользования англоязычными испытуемыми крайних значений шкал для оценки фонем.

Получив среднестатистические значения каждой фонемы по каждой признаковой шкале, мы смогли определить фонетическое содержание исследуемых текстов на ИЯ. Методика исследования фонетического содержания ПТ, предложенная А. С. Штерн [1969], основана на хорошо известном принципе нарушения языковой нормы, описанном Я. Мукаржовским [1975].

Принимая нормальную частотность фонем за «нейтральный фон», можно выявить фонетическую значимость фонем с повышенной частотностью в пределах текста и, суммируя значимые характеристики всех фонем, определить «звуковой профиль» текста в целом.

Для получения данных о нормальной частотности фонем была использована работа М. Майнс, Б. Хэнсон, Д. Шуп [Mines, Hanson,

Shoup 1978]. На основе этих данных и значений, полученных нами в эксперименте, составлена программа, позволившая получить фонетические характеристики ПТ на ИЯ, и сделать следующие выводы:

1. Для оценки всего массива текста информанты в одинаковой степени используют и положительные, и отрицательные признаки, что свидетельствует об эффективности использованных шкал.

2. Наиболее «ярко выраженные» (т. е. наибольшие по модулю) значения по большинству шкал получили тексты Д. Томаса. Количество таких значений (мы считали таковыми те, модуль которых превосходил «5») в текстах Д. Томаса составило 36 %, Ф. Ларкина — 15 %, Р. Грейвза — 28 %. Эти результаты свидетельствуют о том, что фонетическая выразительность не в равной степени присуща каждому из поэтов и в наибольшей степени проявляется в текстах Д. Томаса [1980, 13]. Экспериментальное подтверждение этого позволяет считать фонетический аспект важнейшим при определении «ценности» того или иного перевода произведений этого поэта.

Аналогичным образом мы рассмотрели результаты определения фонетических характеристик текстов на ПЯ с помощью методики и программы, составленной при участии А. П. Журавлева. Основным вывод этого анализа сводится к следующему: наиболее «ярко выраженные» значения по большинству шкал получили переводы стихотворений Ф. Ларкина, самые «слабо выраженные» — переводы стихотворений Д. Томаса. Для переводов текстов Д. Томаса количество значений, превышающих по модулю «5», составило 25 %, для переводов текстов Ф. Ларкина — 37,5 %, для переводов текстов Р. Грейвза — 27 %.

Полученные характеристики текстов на ИЯ и ПЯ были сопоставлены в плане фонетической адекватности переводов оригиналу каждого стихотворения. Однако, учитывая различный характер звуко-символизма в английском и русском языках, мы сочли неправомерным прибегать к абсолютному сравнению полученных значений. В нашем исследовании целесообразно было выявить, являются ли одни и те же фонетические признаки характерными как для оригинала, так и для переводов конкретного текста. В связи с этим для сопоставления таких признаков был использован метод ранговой корреляции, позволяющий сравнить не значения каждого признака, а те «места» в массиве, которые эти признаки занимают при упорядочении всех признаков в массиве по большинству.

Такое сопоставление «звуковых профилей» оригинала и двух переводов позволило выявить переводные тексты, наиболее удачно «реконструирующие» фонетическое содержание оригинала, а значит, наиболее адекватные в плане РВ. Для стихотворений Д. Томаса такими переводами оказались перевод О. Чугай «Не уходи без слов во мрак ночной» («Do not go gentle into that good night»), перевод М. Кореновой «И смерть пребудет бессильна» («And death shall have no dominion»); для стихотворений Ф. Ларкина —

перевод А. Ибрагимова «На очереди» («Next, please»), перевод Р. Дубровкина «Песни» («Love songs in age»); для стихотворений Р. Грейвза — оба перевода стихотворения «Legs» выполненные А. Сергеевым.

«Звуковой профиль» перевода позволяет в определенной степени судить об индивидуальной манере переводчика. Так, для трех стихотворений Ф. Ларкина («Next, please», «Love songs in age», «The poetry of departures») именно варианты переводов, выполненные А. Кушнером, имеют наиболее «темные» звуковые профили (как по сравнению с оригиналами, так и по сравнению с другими вариантами переводов).

Исследовав восприятие коннотативного и фонетического содержания ПТ, мы тем самым эксплицировали его фоносемантическую структуру, учет которой представляется весьма важным при переводе поэзии. Фоносемантическая структура помогает градуировать тексты, оценивать их с точки зрения воздействия на реципиента, определять их ценность в системе культуры ПЯ. Представляется, что такое градуирование может оказаться полезным не только для ПТ, но и вообще для ХТ, а также для критики, публицистики, т. е. для жанров, в наибольшей степени формирующих систему читательских оценок, вкусов, а значит наиболее важных в плане РВ.

Использованные нами экспериментальные процедуры могут быть применены для изучения метрических и ритмических структур ПТ, а также для решения вопроса об «именном» или «предикатном» строении тех или иных ПТ. При всем многообразии возможных подходов к изучению текста (как оригинального, так и переводного) метод оценки восприятия текстовой продукции пока еще остается, по-видимому, основным методом, позволяющим выявить коммуникативную «ценность» текста.

Литература

- Васильев В. А. Фонетика английского языка. Теоретический курс. М., 1970.
Грейвз Р. Скрипка за пенни. Стихи (для среднего школьного возраста) / Пер. с англ. М., 1965.
Дридзе Т. М. Язык информации и язык реципиента как факторы информированности // Речевое воздействие. Проблемы прикладной психолингвистики. М., 1972.
Журавлев А. П. Фонетическое значение. Л., 1974.
Иванов В. В. Заметки по индоевропейской поэтике // To Honor Roman Jakobson. S'Gruven hage, 1967. Vol. 2.
Караулов Ю. Н. Лингвистические основы функционального подхода в литературоведении // Проблемы структурной лингвистики. М., 1982.
Лотман Ю. М. Анализ поэтического текста. Структура стиха. Л., 1972.
Мукаржовский Я. Преднамеренное и непреднамеренное в искусстве // Структурализм: «за» и «против». М., 1975.
Орлова Е. В. О восприятии звуков // Развитие фонетики современного русского языка. М., 1966. Вып. 1.
Потебня А. А. Эстетика и поэтика. М., 1976.
Попович А. Проблемы художественного перевода. М., 1980.
Сорокин Ю. А. Художественный текст как совокупность читательских оценок // Социология и психология чтения. Труды ГБЛ. М., 1979. Т. 15.

- Томас Д. Избранная лирика / Пер. с англ. М., 1980.
- Фридлендер Г. М. О некоторых проблемах поэтики сегодня // Тетради переводчика. М., 1979. Вып. 16.
- Цвиллинг М. Я., Туровер Г. Я. О критериях оценки перевода // Тетради переводчика. М., 1978. Вып. 15.
- Штерн А. С. Объективные критерии выявления эффекта «звуковой символики» // Материалы семинара по проблеме мотивированности языкового знака. Л., 1969.
- Chandler G. Research on Books and Reading in Society of United Kingdom // International Library Review, 1973, vol. 5, N 2.
- Fonagy I. Communication in Poetry // Word, 1961, vol. 17, N 2.
- Graves R. Collected Poems. London: Cassell, 1975.
- Larkin P. High Windows. London: Faber and Faber, 1974.
- Levin S. R. The Semantics of Metaphor. Baltimore, Johns Hopkins U. P., 1977, vol. 14.
- Line M. B. The College Student and the Library // Southampton: Univ. South Inst. of Education, 1971.
- Mack D. Metaphoring as Speech Act: some happiness conditions for implicit similes and simple metaphors // Poetics, 1975. Vol. 4.
- Mines M. A., Hanson B. F., Shoup J. E. Frequency of Occurrence of Phonemes in Conversational English // Language and Speech, 1978, vol. 21, N 3.
- Thomas D. The Poems. London, Dent., 1971.

ФОНЕТИЧЕСКИЕ СРЕДСТВА ОПТИМИЗАЦИИ РЕЧЕВОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ

Традиционное понимание модели речевой коммуникации (РК) характеризуется учетом особенностей реализации речевой волны в рамках схемы «говорящий—слушающий». Естественно, что подобный подход не раскрывает всей сущности своеобразия акта РК в целом. Более того, он как бы искусственно исключает невербальные компоненты коммуникации, учет мотивации говорящего в ситуации общения и т. д. [Потапова 1982₁]. Но вместе с тем нельзя не согласиться с точкой зрения, согласно которой произносительная (фонетическая) сторона реализации речевого высказывания в акте коммуникации играет далеко не последнюю, а в целом ряде случаев ведущую роль.

Известно, что РК — это прежде всего диалогическое взаимодействие, которое заключается в целенаправленном обмене эмоциональной, волевой, интеллектуальной информацией [Буш 1985]. К числу главных функций РК в настоящее время относят: а) констатирующую, сообщающую, описательную, фактографическую; б) побудительную, стимулирующую или, наоборот, тормозящую мышление и поведение приемами активации (побуждения к действию в заданном направлении), интердикции (запрета определенного вида действия), дестабилизации (нарушения некоторых автономных форм поведения и действий).

Различают также аксиальный коммуникативный процесс, когда сигналы РК направляются одному приемнику, и ретинальный, когда сигналы направлены множеству известных или вероятных приемников.

Все вышеуказанные признаки РК особенно важны для выбора определенных фонетических средств в целях оптимизации

речевого воздействия (РВ). При этом фонетические средства играют настолько важную роль, что целесообразно было бы, с нашей точки зрения, в сфере прагмалингвистики выделить особую область — прагмафонетику, в рамках которой возможно изучение структуры и системы фонетических средств РВ.

Фонетическая сторона сообщения всегда характеризовалась установкой на осуществление интерперсональной РК. Еще в античной риторике было обращено внимание на необходимость использования особого рода фонетических средств, помогающих достичь наибольшей убедительности речи. Например, Аристотель особое внимание уделял ритму речи. Он писал, что речь не должна быть ни метрической, ни лишенной ритма. Не меньшее внимание ритму ораторской речи уделял Марк Тулий Цицерон [1958, 45—46]; интересен подход Цицерона к оценке РВ с позиций слушающего [Там же, 44].

Если продолжить ретроспективный экскурс, то нельзя не вспомнить труды М. В. Ломоносова «Речь должна воздействовать на чувства слушателей», «Красноречие как наука», «Слово оратора», «Построение речи», «Выразительность речи», где подробно описаны требования, предъявляемые к построению и реализации речи в целях усиления ее воздействия на слушающих. Затрагивается М. В. Ломоносовым и фонетическая сторона реализации высказывания, подчеркивается роль конкретных фонетических средств РВ: ритмической упорядоченности высказывания, паузации, членения, мелодической оформленности отдельных частей целого, распределения уровня громкости [Ломоносов 1958, 62].

Можно утверждать, что внимание к фонетической организации звучащей речи в целях выявления конкретных звуковых средств РВ уходит своими корнями в искусство риторики. Известно, что знаменитые ораторы древности и более позднего периода выделяли три аспекта звучащей речи: ритм, мелодику и гармонию. Особый интерес представляет концепция К. Батте, сыгравшая огромную роль в становлении риторических канонов более позднего времени [Batteux 1763]. Основопологающей в данной концепции является мысль о том, что в природе все подчинено закону ритма и гармонии. В искусстве фонетической аранжировки устного высказывания К. Батте отводит особую роль ритму и паузации. Конечное восприятие речевого высказывания, а следовательно, и РВ, по мнению К. Батте, зависит от собственно звуковой гармонии, паузации, гармонии звукового и паузального рядов. Далеко не случайно, что фонетическим элементам в риторике всегда уделялось большое внимание. Причем на любом этапе развития риторики просматривается троякий подход: подбор звуковых средств РВ, просодическая организация речевого высказывания (мелодика, ритм, паузация, громкость, темп), требования к правилам оптимального совмещения слова и жеста, вербального и невербального, выделенного просодически и сопровождаемого «телесно» [см., например: Ломоносов 1958, 62].

Обращаясь к изучению и описанию фонетических средств РВ, целесообразно дифференцировать коммуникативную и эмотивную

функции речевой просодики [Потапова 1982₂]. Причем роль эмотивной функции при оптимизации РВ возрастает. Весь инвентарь просодических средств (ритм, темп, паузы, мелодические интервалы и т. д.) приобретает как бы двойную значимость: коммуникативную и эмотивную. Как справедливо указывал С. И. Бернштейн, «по характеру речевого звучания, по физическому стилю речи мы судим о темпераменте говорящего, о его характере, мироощущении, о его настроенности, наконец, о его искренности. Бодрость и вялость, энергия и инертность, решительность и робость, заинтересованность и безразличие — все эти психические моменты, сопровождающие устную речь, как бы аккомпанирующие ее содержанию, находят верное отражение в звуковом потоке. В разговорной речи это отражение является непосредственным, произвольным, не контролируется сознанием говорящего. В публичной речи оно должно стать осознанным и преднамеренным орудием воздействия. Актер, декламатор, оратор, учитель, лектор — всякий, кто хочет воздействовать звучащей речью, — должен путем систематических наблюдений осознать выразительное значение отдельных факторов речевого звучания и целостных фонетических стилей, должен научиться преднамеренно вызывать звучанием своей речи определенную эмоциональную и волевую реакцию. Звучание речи, интонация в самом обширном смысле слова не есть нейтральное, безразличное, чисто техническое орудие сообщения мысли» [1972].

Об огромной роли эмотивной функции просодических и тембральных средств в целях оптимизации РВ, пишет Б. А. Альтшулер [1985]. Правильное совмещение коммуникативной и эмотивной функции при реализации таких фонетических средств, как мелодика, ударение, темп, паузация, громкость способствуют оптимизации РВ звучащей речи. Среди вышеперечисленных фонетических средств большая роль принадлежит паузации, связанной с членением речевого потока. Недаром гласит японская пословица: «Искусство говорить — это искусство делать паузы». Паузация непосредственно связана с членением текста на сверхфразовые единства, фразы, синтагмы, такты [см., например: Аксенов 1954; Альтшулер 1985].

За последнее время отмечается увеличение числа исследователей в области экспериментальной фонетики, посвященных выявлению специфики, просодической реализации сообщения и РВ на материале различных языков. Причем в этих работах исследователи обращаются уже не только к речи диктора — профессионала, а к носителям языка (лекторам, политическим деятелям и т. д.), речь которых записана на магнитофон и подвергнута дальнейшему экспериментально-фонетическому анализу. Так, Л. Г. Фомиченко [1985] проводит экспериментально-фонетическое исследование по изучению просодических средств, реализующих функции сообщения и воздействия на материале монологических текстов, принадлежащих двум видам речевой деятельности — чтению и спонтанному говорению.

Данное исследование является конкретной разработкой таких актуальных проблем прагмалингвистики, как выявление воздействующих средств языка и закономерностей их прагматического функционирования в речи, а также выявление функционального статуса просодии в прагматически-ориентированных текстах, и тем самым вносит определенный вклад в теорию прагмалингвистики. В работе устанавливается функция просодии в общем комплексе языковых средств выражения степени ответственности текстов, доказываются наличие корреляционной зависимости стилистической маркированности и экспрессивности звучания текстов, а также корреляционной связи эмоциональной насыщенности текстов и тонального диапазона, выявляются смысловые актуализаторы, несущие предметно-логическую и эмоционально-оценочную информацию, на которых локализуется просодическая единица, реализующая функцию воздействия, выявляются релевантные интенциональные признаки данной просодической единицы. Как справедливо указывает автор, в настоящее время в лингвистической литературе еще нет сведений об особенностях просодических средств выражения языковых единиц, реализующих функции воздействия и сообщения, выявленных на материале прагматически-ориентированных и прагматически-неориентированных текстов монологического характера в двух видах речевой деятельности — чтении и спонтанном говорении. Под прагматически-ориентированным текстом понимается сообщение, содержание которого, помимо информирования, предназначено для воздействия на эмоционально-волевую психику получателя информации. В прагматически-неориентированных текстах столь четко выраженного влияния на получателя информации не наблюдается. Можно предположить, что ответственность текстов на просодическом уровне включает в себя такой компонент, как экспрессивность, проявляющуюся в специфике просодического оформления определенных речевых отрезков, которые, с точки зрения языкового понимания и ответственности текста, являются самыми значимыми речевыми сегментами. Далее подвергнуты анализу:

- 1) степень экспрессивности текстов, обусловленная, в первую очередь, эмоциональной насыщенностью сообщения, в исследовании которой подразумеваются а) тональные характеристики, б) динамические характеристики, в) скорость речи, г) характер паузации;
- 2) просодическое оформление смысловых актуализаторов, отражающих предметно-логическую и эмоционально-оценочную информацию, и фоновой части, анализ которых включает в себя также а) тональные характеристики, б) динамические характеристики, в) темповую организацию исследуемых отрезков речи;
- 3) просодическая единица, реализующая воздействующую функцию, ее инвариантные и вариативные признаки;
- 4) просодическая единица, реализующая функцию сообщения.

Выявлено, что лексико-грамматическая маркированность сообщения и экспрессивность звучания текста находятся в прямой корреляционной зависимости. Модально-эмоциональное содержа-

ние сообщений, имеющее в своей основе определенную коммуникативную цель, обеспечивает экспрессивность звучания текстов.

В прагматически-неориентированных текстах отсутствие стилистической маркированности на лексическом и синтаксическом уровнях компенсируются просодическими средствами, реализующими функцию воздействия в том случае, когда влияние модально-эмоционального фактора оказывается настолько сильным, что речевое сообщение прагматически-неориентированного характера в устной реализации приобретает прагматическую направленность посредством просодического оформления текстов.

Анализ просодической организации читаемых текстов и спонтанно реализованного говорения позволил сделать вывод о том, что экспрессивность звучания в немалой степени обуславливается эмоциональной насыщенностью сообщений. Современные инструментальные методы изучения эмоциональной насыщенности дают возможность определить, за счет каких просодических параметров достигается экспрессивность звучания текстов. При определении степени эмоциональной насыщенности сообщений учитывается комплекс просодических параметров, однако, в зависимости от установки говорящего и от цели высказывания, степень активности каждого из параметров является различной. Установлено наличие доминирующих тональных характеристик просодии, обеспечивающих высокую степень эмоциональной насыщенности речевых сообщений.

Слуховой и, в первую очередь, электроакустический анализы выявили корреляционную зависимость между эмоциональной насыщенностью и тональным диапазоном. На основании математико-статистической обработки данных инструментального анализа был сделан вывод о том, что с изменением одного просодического параметра происходит изменение в другом.

Просодические средства выражения языковых единиц, реализующих воздействующую функцию, в прагматически-ориентированных и прагматически-неориентированных текстах выполняют дифференциальную и кульминативную функции.

К инвариантным просодическим признакам можно отнести следующие: 1) тональные характеристики: а) разноуровневое произнесение предъядерных и ядерных частей, что обуславливает большой перепад тональных уровней широкого и среднего диапазонов в пределах смысловых актуализаторов, отражающих предметно-логическую и эмоционально-оценочную информацию; б) вариантность соотношения тональных характеристик предъядерных и ядерных частей в пределах смысловых актуализаторов; в) расширение тонального диапазона в пределах смысловых актуализаторов; 2) динамические характеристики: максимальный уровень громкости на словах-усилителях, дистантное положение которых по отношению к ядру увеличивает динамические параметры смысловых актуализаторов, отражающих эмоционально-оценочную информацию; 3) темпоральные характеристики:

- а) средний темп произнесения смысловых актуализаторов;
- б) увеличение длительности ядерных слогов смысловых актуализаторов.

К вариативным просодическим признакам относятся следующие:

1. В читаемых художественных текстах — тональные характеристики: а) внезапный подъем тона на предъядерных компонентах смысловых актуализаторов, отражающих эмоционально-оценочную информацию; б) значительное расширение тонального диапазона на смысловых актуализаторах обеих групп; в) вариативность изменения тона в заядерной части смысловых актуализаторов обеих групп.

2. В читаемых информативных текстах изменения вариативных просодических признаков соответствуют изменениям вариативных просодических признаков в художественных текстах. Однако следует отметить, что диапазон различия тонального уровня смысловых актуализаторов и фоновой части в данном случае значительно шире: 1) тональные характеристики: чрезвычайно большое расширение тонального диапазона в пределах смысловых актуализаторов, отражающих предметно-логическую информацию; 2) динамические характеристики: высокий уровень громкости на первом ударном слоге смысловых актуализаторов, отражающих предметно-логическую информацию, занимающих начальное положение в фоноабзацах.

3. В спонтанном говорении — тональные характеристики: а) разнообразие движения ядерного тона смысловых актуализаторов, отражающих предметно-логическую информацию; б) очень большое расширение тонального диапазона в пределах смысловых актуализаторов обеих групп; в) низкое положение узкого диапазона на ядерном слоге в сочетании с низким восходящим тоном узкого диапазона на заядерной части в пределах смысловых актуализаторов.

Большой интерес представляет экспериментально-фонетическое исследование просодической организации ораторской речи. На материале политической ораторской речи в американском варианте английского языка было выявлено [Крюкова 1981], что на уровне текста в квазиспонтанном регистре измерения степени выделенности синсемантических и автосемантических слогов и элементов текста характеризуются низкой степенью выделенности не только синсемантических, но и автосемантических элементов, при этом значительная доля автосемантических и синсемантических элементов реализуется в низкой зоне частоты основного тона (ЧОТ) оратора. С параметром ЧОТ коррелируют параметры интенсивности и длительности: от 60 % до 80 % синсемантических и автосемантических элементов употреблено с низкой и средней степенью интенсивности, и около 90 % синсемантических и автосемантических элементов употреблено с малой и средней степенью длительности.

Статистические данные измерения высотного уровня реализации в автосемантических и синсемантических слогах показывают, что до 90 % слогов данных групп реализуются в высокой и средней зонах ЧОТ.

По интенсивности данные категории элементов в подавляющем большинстве случаев также реализуются в зонах эмфатической и средней выделенности. Это значит, что значительный процент синсемантических элементов в официально-торжественном регистре также попадает в зоны эмфатической и средней выделенности, что по степени выделенности приближает их к уровню автосемантических элементов в квазиспонтанном регистре.

В распределении степени длительности в официально-торжественном регистре также проявляется сдвиг, но менее динамичный, чем для ЧОТ и интенсивности, в сторону увеличения длительности за счет повышения процента слогов средней длительности, а у некоторых дикторов значительного увеличения процента слогов сверхдолгой длительности, в два, три раза превышающей среднеслоговую длительность.

Таким образом, потенциальная способность просодии выделять синсемантические и автосемантические элементы реализуется в выделяемых регистрах в разной степени. При этом для официально-торжественного регистра характерно употребление максимальных просодических параметров и выравнивание степени выделенности автосемантических и синсемантических элементов. В квазиспонтанном регистре степень выделенности как автосемантических, так и синсемантических элементов уменьшается.

Существенные различия между данными регистрами на уровне текста выявляются также при сопоставлении отношений объема речевого и паузального времени, а также коэффициентов паузации. Если объем речевого времени в квазиспонтанном регистре в 3 или 3,5 раза превышает объем паузального времени, то в официально-торжественном регистре это отношение более сбалансировано и находится в диапазоне от 1,4:1 до 2:1. При этом коэффициент паузации в данном регистре по сравнению с квазиспонтантным увеличивается от 1,3 до 1,8.

Проведенное исследование позволило сделать вывод, что политическая ораторская речь функционирует в официальной социальной сфере, где общение носит строго регламентированный социальными нормами характер. Некоторые социальные ситуации представляют собой отработанную процедуру, ритуал, за которым закреплено употребление официально-торжественного регистра (например, инаугурация, речь на Генеральной ассамблее ООН, речь на крупных политических форумах). Такие ситуации во многих случаях коррелируют с большой численностью аудитории, однако здесь употребление официально-торжественного регистра обусловлено не только численностью аудитории, но и масштабом задач, стоящих перед говорящим, степенью ответственности и контроля над речью.

При меньшей по численности аудитории употребление квазиспонтанного регистра определяется экстралингвистическим фактором установки, обуславливающим употребление данного регистра в речи как между недавними, так и равными по социальному статусу коммуникантами (например, речь президента перед избирателями или речь дипломата перед дипломатической аудиторией), а также в ряде других случаев, когда квазиспонтанный регистр используется в целях уменьшения дистантности между коммуникантами.

Употребление данного регистра есть стилистический прием привнесения в официальную обстановку элементов неофициальности, имитирующий уменьшение степени контроля над речью, но не выходящий за рамки официального общения. В этом смысле квазиспонтанный регистр не может быть приравнен в полном смысле к спонтанной разговорной неофициальной речи.

На уровне просодии уменьшение степени контроля над речью проявляется в характере и степени понижения тона в ритмической группе, большей степени использования низкой уровневой зоны и средней и малой степеней выделенности для автосемантических и синсемантических элементов текста, в менее сбалансированном отношении объемов речевого и паузального времени.

Увеличение степени контроля над речью в официально-торжественном регистре проявляется в уменьшении степени понижения тона в ритмической группе, в большей степени использования высокой уровневой зоны, в использовании эмфатической и средней степеней выделенности для автосемантических и синсемантических элементов текста, в сбалансированном характере объемов речевого и паузального времени, в периодичности синтагматического членения.

Особенности синтагматического членения, коэффициент паузации и характер паузации, а также различная степень выделенности синсемантических и автосемантических элементов текста в выделяемых регистрах дают основания полагать, что данные регистры представляют собой различные способы просодической организации речи во времени. При использовании квазиспонтанного регистра создаются или имитируются такие условия, когда говорящий ограничен во времени. Усилие говорящего направлено на то, чтобы все время удерживать внимание слушателей, избегая незаполненных пауз и максимально скомпрессировать форму высказывания.

Наряду с различиями выделяемые регистры обладают и общими характеристиками, обусловленными общей функционально-стилистической основой регистров, т. е. особенностями семантики ораторской речи как подстиля публицистического стиля языка — коммуникативной направленностью речи на воздействие на слушателя, отсутствием сложных индуктивных и дедуктивных логических построений, констатацией известных положений, а не их обоснованием, преимущественным использованием параллельной синтаксической связи. О. П. Крюкова подчеркивает, что все эти

особенности семантико-синтаксического построения текстов ораторской речи в значительной мере передаются с помощью тех просодических средств, которые являются общими для данных регистров: широкого использования позиционно-необусловленного нисходящего тона, а также нисходящей структуры в предъядерной части.

Семантика текстов выделяемых регистров, опора на письменный текст или подготовленную речь определяет другую общую характеристику, которая проявляется в структурной оформленности просодических единиц и состоит в реализации нисходящего мелодического движения в организации различных просодических единиц текста: 1) нисходящее мелодическое движение в ритмической группе на безударных слогах; 2) нисходящее мелодическое движение в синтагме на ударных слогах; 3) нисходящее мелодическое движение тональных максимумов синтагм во фразе и в фоноабзаце.

Реализация нисходящего мелодического движения на разных уровнях просодических единиц текста выявляет сложный контрапункт в просодической организации ораторской речи, когда выбор высотной реализации ударного слога в ритмической группе определяется его позицией и семантико-синтаксической структурой всей иерархии просодических единиц текста до фоноабзаца.

В разработке проблемы выявления фонетических средств речевого воздействия большую роль сыграли исследования по фоностилистике, в которых можно найти описание конкретных признаков фонопрагматического плана. Приведем несколько примеров. В немецком языке звучащий текст с установкой на торжественную патетику характеризуется следующими фонетическими признаками: медленным темпом произнесения, повышенной степенью громкости, дробным членением фраз на синтагмы, реализуемым в преобладающем большинстве случаев с помощью перерывов в фонации, максимальным временным коэффициентом пауз, наибольшим количеством выделенных ударением слогов (в сравнении с реализацией научно-популярного текста и текста последних известий), наибольшим количеством ритмических групп, наибольшей степенью выделенности ударных слогов (в сравнении с выделенными ударением слогами научно-популярного текста и текста последних известий), относительно одинаковой степенью выделенности ударных слогов в тексте, максимальным высотным диапазоном, наиболее высоким высотным уровнем, малыми межслоговыми частотными интервалами внутри синтагм и большими межслоговыми частотными интервалами на стыках синтагм, высокими показателями среднеслоговых значений пиковой интенсивности [Шангерева 1975]. Тот же текст с другим набором фонетических признаков интерпретируется слушающими как чтение последних известий. Просодическая организация текста последних известий включает: быстрый темп произнесения, средний уровень громкости, наименее дробное членение фраз на синтагмы (в сравнении с торжественно-патетическим текстом

и текстом научно-популярного характера), реализуемые в наименьшем количестве случаев при помощи перерывов в фонации, минимальный временной коэффициент пауз, наименьшее количество выделенных ударением слогов (в сравнении с торжественно-патетическим текстом и научно-популярным текстом), наименьшее количество ритмических групп, наименьшая степень выделенности ударных слогов (в сравнении с выделенными ударением слогами торжественно-патетического и научно-популярного текстов), малые различия в степени выделенности ударных слогов внутри текста, наименьший высотный диапазон, наименее высокий уровень, малые межслоговые частотные интервалы внутри синтагм и средние межслоговые частотные интервалы на синтагматических стыках, низкие показатели среднеслоговых значений пиковой интенсивности.

Преобразование реализации вышеуказанных просодических признаков в направлении замедленного темпа произнесения, заниженного уровня громкости, дробного членения фраз на синтагмы, реализуемого в большинстве случаев при помощи перерывов в фонации, большого временного коэффициента пауз, большого количества выделенных ударением слогов, большого количества ритмических групп, малой степени выделенности ударных слогов, относительно одинаковой степени выделенности ударных слогов в тексте, малого высотного диапазона, низкого высотного уровня, малого межслогового частотного интервала на стыках синтагм и внутри синтагм, низкого показателя интенсивности приводит к реализации того же речевого высказывания с установкой на торжественно-траурную патетику.

Исходя из существующих концепций, для выделенности в немецкой речи различают мелодический, динамический и темпоральный типы. Все три типа выделенности могут функционировать либо «в чистой форме», либо комбинированно: чисто мелодический тип, мелодический+динамический, мелодический+темпоральный, мелодический+динамический+темпоральный; чисто динамический; чисто темпоральный, динамический+темпоральный. Вышеуказанные эмпирически найденные типы выделенности могут быть использованы говорящим для различного по степени важности маркирования отдельных слов или блоков слов. Дифференциация акустических форм реализации и интервалов обнаруживает огромное число вариантов.

Главное ударение в слове может быть выделено с помощью динамических, темпоральных, динамических+темпоральных средств. То же самое относится и к второстепенному ударению. Мелодический, динамический или темпоральный типы выделенности могут сосуществовать в одном и том же слове: мелодический — для маркированности главного ударения, динамический или темпоральный — для побочного (второстепенного) ударения.

В обращенной речи отдельные слоги могут выделяться как динамически, так и темпорально. Причем эти слоги по правилам немецкой акцентуации при прочих условиях ударения не несут.

И наоборот: отмеченные ударением слоги, оказавшиеся в нейтральной зоне шкалы, могут оставаться просодически немаркированными.

В рамках исследования [Royé 1983] чисто мелодический тип выделенности составляет 70 %. Учет комбинаторики мелодического типа с динамическим и темпоральным увеличивает процентное соотношение до 93 %. На долю динамического, темпорального типов выделенности и их комбинаций приходится лишь 7 % всех случаев. Доминирующая роль такого параметра, как движение основного тона в реализации выделенности в немецкой спонтанной речи, является бесспорной. Интенсивности и длительности принадлежит втростепенная роль.

В непосредственной связи с вербальными признаками членения и выделенности в речи находятся невербальные показатели, сориентированные на визуальный канал коммуникации. К числу последних обычно относят выражение лица, обмен взглядами, жестикуляцию и движение корпуса тела, расстояние между говорящими и т. д.

Исследование показало, что между мелодическими типами выделенности и жестами существует прямая корреляция. Причем жестами, как правило, сопровождаются многоступенчатые изменения тона. Немелодические типы выделенности не сопровождаются подкрепляющей жестикуляцией. Возможны случаи, когда просодически не выделенные слова (слоги) замещаются движением руки, что подтверждает протекание общего моторного процесса.

Таким образом, на материале приведенных выше примеров можно продемонстрировать, как изменение определенных фонетических средств способствует адекватной передаче смысла звучащего текста, служит прагматически сориентированной задаче реализации звучащего текста в акте коммуникации, что ведет к изменению регуляции «поведения объекта воздействия непосредственно в акте общения и в последующей деятельности» [Тарасов 1985, 19]. В данном случае рассматривается оптимизация в рамках РВ в узком смысле (по Е. Ф. Тарасову), т. е. в системе средств массовой информации или воздействия непосредственно перед аудиторией. Совокупность просодических средств при решении вышеуказанной задачи включает: мелодический диапазон, мелодические интервалы, степень мелодической изрезанности, темп, паузацию, силовой (энергетический) диапазон, локализацию участков выделенности. Все эти фонетические средства находятся в комбинаторном соотношении. Причем оптимизация РВ может быть достигнута использованием как максимальных значений (например, максимального мелодического интервала на ядерном слоге, максимально замедленного темпа на конкретном участке высказывания, максимальной длительностью слогов, максимальной по длительности паузацией и т. д.), так и минимальных значений (минимального уровня мелодического контура, минимальной громкостью, минимальной длительностью и т. д.). Комбинаторика того и другого способствует повышению степени РВ.

В заключение следует подчеркнуть, что количественное изучение особенностей прагмафонетики только начинается. Целесообразно, с нашей точки зрения, разработать прежде всего методику, которая позволила бы адекватно описать основные единицы прагмафонетики, особенности их функционирования в акте коммуникации с учетом эффекта РВ. Не меньшее значение имеет также разработка теории прагмафонетики, которая позволит глубже понять и оценить «фонетическую лепту» в оптимизацию РВ.

Литература

- Аристотель. О стиле ораторской речи // Об ораторском искусстве. М., 1958.
Аксенов В. С. Искусство художественного слова. М., 1954.
Альтшуллер Б. А. Работа диктора над текстом в учебном фильме. М., 1985.
Бернштейн С. И. Языковая сторона радиолекций. // Речевое воздействие. Проблемы прикладной лингвистики. М., 1972.
Буш Г. Диалогика и творчество. Рига. 1985.
Крюкова О. П. Фоностилистические особенности ораторской речи. Дис. ... канд. филол. наук. М., 1981.
Ломоносов М. В. Построение речи // Об ораторском искусстве. М., 1958.
Потапова Р. К. О современном подходе к пониманию моделей речевой коммуникации // Функциональная просодия текста. М., 1982.
Потапова Р. К. Просодия, просодика, просодемика // Просодия текста. М., 1982.
Реформатский А. А. Речь и музыка в пении // Вопросы культуры речи. М., 1955.
Тарасов Е. Ф. Речевое воздействие: психологические и психолингвистические аспекты // Материалы VIII Всесоюзного симпозиума по психолингвистике и теории коммуникации. М., 1985.
Фомиченко Л. Г. Просодическая реализация коммуникативных функций сообщения и воздействия в английской монологической речи. Дис. ... канд. филол. наук. М., 1985.
Цицерон. О ритме ораторской речи // Об ораторском искусстве. М., 1958.
Шангереева Э. Х. Интонация как средство стилистической характеристики текста в современном немецком языке. Дис. ... канд. филол. наук. М., 1975.
Batteux C. De la construction oratoire. P., 1763.
Royé H. Segmentierung und Hervorhebungen in gesprochener deutscher Standardsprache: Analyse eines Polylogs. Tübingen, 1983.

ЭКСПЕРИМЕНТАЛЬНЫЙ АНАЛИЗ КОММУНИКАТИВНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ ТЕКСТА

Теоретические воззрения на текст как лингвистическое явление весьма разнообразны. Однако различные концепции сходятся в том, что оптимальное построение текста служит одновременно одним из средств оптимизации речевого воздействия. Сложность здесь в том, что механизмы данного явления не вполне ясны, а проверка достоверности теорий, объясняющих коммуникативный и лингвистический статус текста, сопряжена со значительными трудностями, что, естественно, сужает и возможности практического применения указанных теорий.

На наш взгляд, оптимальным решением вопроса будет оценка явлений, характеризующих структуру текста, с точки зрения успешности или неуспешности последнего в коммуникации.

Раскрытие хотя бы некоторых механизмов влияния структуры текста на его восприятие и доказательство этого влияния экспериментальным путем поможет, как представляется, одновременно дать оценку достоверности тех или иных воззрений на природу текста.

В проведенных нами экспериментах ставилась задача прояснить одну из сторон воздействия текста как инструмента коммуникации, а именно влияние авторской цели (АЦ) на способ восприятия текста получателем. При этом мы исходили из того предположения, что, ориентируя текст на достижение поставленной коммуникативной цели, коммуникатор определенным образом управляет его восприятием, т. е. он, в некотором смысле, задает стратегию восприятия текста. В качестве аргумента в пользу возможности такого влияния упомянем тот факт, что в психологии можно считать признанным существенное влияние установки на протекание деятельности, в том числе и при восприятии как невербального, так и вербального материала.

Проведение экспериментов было сопряжено с рядом трудностей принципиального характера. Самая значительная из них связана с тем обстоятельством, что — в отличие от других лингвистических объектов — текст не имеет жестко заданных структурных особенностей и допускает большую вариабельность, приводящую зачастую к появлению весьма индивидуальных и своеобразных моментов, с трудом поддающихся характеристике в экспериментальном исследовании. Кроме того, в применении к тексту, нуждается в пересмотре само понятие языковой компетенции, делающее возможной работу с информантами при анализе других языковых явлений. На уровне текста (даже и без экспериментальной проверки) можно говорить об определенной степени необязательности для говорящего владеть правилами его порождения — по крайней мере, во всей их совокупности. Далеко не всякий носитель языка в состоянии без особых затруднений строить тексты или хотя бы давать адекватную оценку качества их построения, о чем свидетельствует как практика редактирования, так и необходимость длительного обучения интерпретации текста в процессе подготовки дикторов и актеров. Это касается как устных, так и письменных текстов, причем сама способность квалифицированно оперировать с текстом служит основой для характеристики носителя того или иного языка как красноречивого или косноязычного, пишущего вразумительно или бессвязно и т. п. Отсюда вытекает, в частности, тот вывод, что всякая попытка уравнивать информантов, например, при использовании статистического анализа, для исследователя сопряжена с риском получить псевдорезультаты, так как никогда нельзя даже в минимальной степени гарантировать, что испытуемые обладают достаточной степенью компетентности, а их отбор по такому признаку приближается к своего рода манипулированию материалом и заранее предопределяет результаты исследования.

Данные соображения побудили нас отказаться при подготовке исследования от методов статистического анализа и попытаться

воспользоваться методикой, позволяющей провести качественный анализ явлений при одновременном учете определенных количественных факторов. Такая постановка вопроса во многом влияла и на выбор экспериментального материала, и на организацию эксперимента как таковую.

Итак, основной задачей исследования было выявление зависимости восприятия форм организации текста от АЦ (авторской сверхзадачи). Испытуемыми в проведенных экспериментах были студенты языкового вуза, которые в силу самой специфики своей будущей профессии должны обладать достаточно развитыми навыками построения текста на родном языке и достаточно развитой способностью оценивать текст. Инструкции, предъявлявшиеся испытуемым, были сформулированы в максимально нетерминологическом виде, чтобы можно было апеллировать к языковой способности испытуемого, не сводя эксперимент к проверке степени владения изученными лингвистическими теориями. Кроме того, мы избегали формулировок, приближающихся к определениям, принятым в школьной грамматике, так как достаточно известны случаи сведения испытуемыми анализируемых явлений, к материалу, изучавшемуся в средней школе [ср. Пала 1966, 81].

В качестве экспериментального материала взяты четыре отрывка из рассказов Л. Н. Толстого¹. Предполагалось выяснить, насколько параметры коммуникативной организации текста [ср. Кандинский 1982, 22 и сл.] изменяются при разной АЦ. Трудность, однако, заключалась в том, что, как показывает опыт практической работы над коммуникативной интерпретацией текста в процессе преподавания само по себе понятие АЦ с трудом понимается обучающимися и овладение навыками анализа текста под этим углом зрения вызывает немалые трудности. Более простым подходом, чем непосредственная апелляция к пониманию АЦ является модификация ориентированности текста на сверхзадачу, т. е. его перспективы. При этом предполагается, что для коммуникатора выстраивание текста в соответствии с перспективой представляет собой способ достижения цели. Известно, что согласно методике К. С. Станиславского в тексте сильнее выделяется та фраза, которая лучше всего выражает авторскую идею [1955, 125]. Такую фразу мы именуем кульминационной. Расположение кульминации в том или ином отрезке текста задает вполне определенную перспективу² и — как мы предполагаем вполне определенную стратегию восприятия. Соответственно перемещение кульминации в заданном тексте приводит к изменению его перспективы.

В проведенном эксперименте локализация кульминации в тексте характеризовалась следующим путем. Фраза, избранная в качестве кульминационной, в тексте подчеркивалась, и испытуемому

¹ Толстой Л. Н. Повести и рассказы. М., 1980. С. 94, 130, 166, 168.

² Данный принцип организации текста нами уже проверялся на уровне фонетических исследований структуры текста, выполненных студентами.

сообщалось, что эта фраза является главной и что весь текст существует ради нее. Иначе говоря, в тексте производилась процедура, в каком-то смысле аналогичная перемещению ударения во фразе. Чтобы исключить прямое сравнение текстов между собой, они предъявлялись испытуемому отдельно друг от друга среди других текстов, результаты обработки которых в эксперименте не использовались.

Исходная гипотеза основывалась на охарактеризованном нами ранее механизме коммуникативной организации текста, причем конкретно предполагалось выявить, каким способом текст расчленяется на части в соответствии с целеустановкой и как в нем при разной целеустановке выделяются различные цепи опорных фактов. В соответствии с этим эксперимент проходил по двум этапам: на I этапе исследовалось членение текста (ЧТ), а на II этапе — выделение опорных фактов. I этап был, таким образом, связан с довольно спорной для лингвистики текста проблематикой. В настоящее время довольно широко распространена та точка зрения, что готовый письменный текст членится на смысловые отрезки достаточно однозначным образом. Между тем внести какую-то ясность в этот вопрос позволят только экспериментальные данные.

В начале I этапа эксперимента, где участвовало 18 чел., были получены не вполне однозначные результаты. Выявилась довольно пестрая картина с большими индивидуальными различиями от испытуемого к испытуемому. Обнаружились, однако, и общие тенденции. Результаты этой части эксперимента обобщены в табл. 1, где для каждого из трех вариантов ЧТ приводятся соответственно номера стыков между элементарными предложениями, на которые приходится характеризуемые смысловые разделы и процент испытуемых, высказавшихся за соответствующий вариант ЧТ на части.

Таким образом, относительно ясные тенденции обнаруживаются в 1-м варианте текста 1, 1-м и 2-м вариантах текста 3 и 1-м и 3-м вариантах текста 4. Остальные варианты либо не показывают однозначности, либо не дают достаточно ясной картины.

Подобные результаты могут быть объяснены следующим образом. Во-первых, интерпретация смыслового ЧТ зависит от свойств самого текста. Не случайно, наибольшие расхождения обнаруживаются относительно текста 2, смысловая структура которого наименее прозрачна. Во-вторых, поскольку нет никаких доказательств того, что текст должен члениться на смысловые части абсолютно дискретным образом (скорее можно предположить обратное), будет логично предположить, что смысловые связи и разделы имеют разную степень силы и что поэтому могут существовать переходные явления. В-третьих, на результатах анализа могло сказаться одно психологическое явление, на котором мы хотели бы остановиться несколько подробнее. Существует основание полагать, что ЧТ оказывается более надежным при определенном отчуждении испытуемого по отношению к этому

Таблица 1

Итоги первой части I этапа эксперимента

№ текста	1-й вариант		2-й вариант		3-й вариант	
	смысловые границы		смысловые границы		смысловые границы	
	№ стыка	%	№ стыка	%	№ стыка	%
1	3	31				
	11	87,5	11	50	11	31
			12	25		
			13	37,5		
			15	25		
	прочие	6—18	прочие	6—18	24	31
2	1	41,2	1	17,6		
	2	35,3	2	29,4		
	4	23,5	4	41,3	4	47
			6	35,3	6	41,2
					10	17,6
	прочие	6	прочие	менее 11	прочие	менее 11
3	6	60	6	26,7	6	20
	10	26,7	10	86,7		
	11	20				
	13	26,7	13	60	13	33,3
					15	33,3
					16	46,7
	прочие	менее 13	прочие	менее 13	прочие	менее 6
4	4	55,6				
	8	50	8	44,4		
	20	22,2	20	33,3		
	28	25,1	28	33,3	28	22,2
					35	61,2
	прочие	менее 15	прочие	менее 15	прочие	менее 11

тексту. Это явление соотносимо, в частности, с нередко наблюдаемым на практике улучшением способности к более адекватной качественной оценке текста при менее субъективном отношении к нему со стороны испытуемого. Поэтому мы предположили, что при создании у испытуемого определенного отчуждения по отношению к тексту, результаты эксперимента могут стать более однозначными.

С учетом этого обстоятельства мы предъявили испытуемым готовые варианты ЧТ (на основе полученных выше данных) и предложили оценить их в соотносении с обозначенной в тексте кульминацией. В случае несоответствия текста тому, который согласно мнению испытуемого соответствует авторскому замыслу, испытуемый должен был предложить другой вариант ЧТ.

Нетрудно убедиться в том, что дополнительный эксперимент по I этапу анализа дал более однородные результаты, которые тем не менее в основных своих тенденциях напоминают данные первой части I этапа. Может возникнуть возражение против предложенной методики, состоящее в том, что не исключено влияние заданного ЧТ как образца для подражания. Такое утверждение было бы

Таблица 2

№ текста	1-й вариант		2-й вариант		3-й вариант	
	смысловые границы		смысловые границы		смысловые границы	
	№ стыка	%	№ стыка	%	№ стыка	%
1	3	66,6				
	11	87,5	11	87,5	11	87,5
			12	53,3		
			13	73,3		
	прочие	менее 20	прочие	менее 20	24	87,5
2	2	46,7	2	46,7	прочие	менее 20
	4	66,7	4	80	4	60
			6	80	6	80
	1 стык	около 20	1 стык	около 7	2 стыка	менее 20
3	6	66,7				
	10	66,7	10	100	10	80
	13	40	13	93,3	13	80
					15	66,7
					16	93,3
	1 стык	13,3	3 стыка	по 13,3	2 стыка	менее 20
4	4	80				
			8	80		
	20	33,3	20	73,3		
	28	33,3	28	46,7		
	прочие	менее 20	прочие	менее 13	35	93,3
					прочие	менее 26

справедливо при повторении в более яркой форме (при большем единодушии испытуемых) результатов предыдущего анализа. Материал же свидетельствует о том, что испытуемые держатся сравнительно независимо и обнаруживают определенные индивидуальные отличия по отношению к испытуемым другой группы. Поэтому такой анализ, видимо, предпочтительнее для подобных исследований.

В ходе I этапа анализа испытуемыми предпринята также попытка объяснения соотношения смысловых отрезков текста между собой. При этом обнаруживаются три разных случая, соответствующих локализации кульминации в начале отрывка, в его середине или конце.

При локализации кульминации в начале текста его посткульминационная часть (т. е. практически почти весь текст) приобретает как бы характер дополнительный (факты, тривиальным образом вытекающие из того, что описано в первой части). В текстах 2 и 3 эта часть приобретает характер пояснения к тому, что сказано в начале. В тексте 4 посткульминационная часть как бы дает фон событий. Относительно такой локализации в тексте 1 отмечается, что такое ЧТ представляется естественным, если этот текст является отрезком более протяженного текста (как и было на самом деле), для которого более существенно начало данного отрывка. Тогда, как

указывают испытуемые, конец отрывка несмотря на его размер как бы пропускается, описание происходит как бы мимоходом.

При локализации кульминации в средней части текста он как бы распадается на две части. Событийное развитие происходит до кульминации, а функция концовки аналогична описанной выше. Она носит иллюстративный характер (текст 1), выступает в качестве пояснения (тексты 1 и 3) или представляет собой своего рода фон. Относительно текста 4 отмечается также, что он взят из большего текста, где существенным оказывается именно приведенное расположение кульминационной фразы.

При локализации кульминации в конце текста вопрос об отношении к более широкому контексту испытуемыми не ставился. ЧТ используется для изображения постепенного развития событий или показа отдельных этапов некоего событийного развития.

Изложенные результаты фактически уже вводят в проблематику II этапа эксперимента. Различное ЧТ в зависимости от целеустановки со всей очевидностью предполагает выделение в тексте различных для каждого случая опорных фактов. Эта проблематика соотносима с кругом вопросов, затрагиваемых теоретиками действенного анализа текста: «Построив цепочку событий, надо обнаружить в них ту последовательную цепь конфликтов, из которых возникает действие» [Товстоногов 1967, 263].

В этом этапе участвовало 11 испытуемых, которым было предложено сформулировать в виде плана цепь существенных фактов текста, работающих на достижение АЦ при заданной кульминации. Для контроля им предлагалось сформулировать АЦ. Однако, предвидя по опыту предыдущих экспериментов большой разницей в формулировке цели, мы уже использовали этот вопрос с обеими предыдущими группами, поэтому на него получено в общей сложности 46 ответов.

Полученный материал за недостатком места можно привести лишь в виде очень краткого обзора. У четырех испытуемых прослеживается параллелизм между выделением основных фактов и ЧТ на части. Названия выделяемых фактов соотносимы с озаглавливанием смысловых частей текста. У семи испытуемых приводятся факты в основном из той части текста, которая по смыслу ближе всего к кульминационной, т. е. часть текста просто исключается из рассмотрения. Описание фактов получается очень подробное, в отдельных случаях близкое к сокращенной записи почти всех предложений из той части текста, в которую входит кульминационный отрезок. Прослеживается параллелизм с результатами I этапа, заключающийся в том, что большая часть фактов берется из части текста, предшествующего кульминации.

Сходство наблюдается и в дополнительных комментариях. Испытуемые констатируют, что ориентация текста на его кульминационный отрезок как бы выдвигает на первый план ту часть событий, которая по смыслу ближе кульминационной. Остальные части текста как бы отодвигаются на задний план. По ходу текста приходится останавливаться на каких-то фактах, а другие «как бы

пропускать мимо себя». При каждом предъявлении воспринимается совершенно новый текст, даже если он и совпадает с другими дословно.

Однако наиболее интересные результаты обнаружились в области формулировки АЦ. Задача в целом оказалась довольно сложной, что легко объяснимо, если учесть что в профессиональной подготовке актеров, длящейся годами, нахождение сверхзадачи занимает весьма значительное место. Конечно, формулировки, полученные в эксперименте, весьма далеки от тех, которые могут быть использованы в серьезном анализе текста. Показательна, однако, полученная при этом типология самих формулировок.

Половина формулировок, как выяснилось, вообще далека от того, что обычно понимается под АЦ, а представляет собой краткое изложение содержания текста, причем излагалось содержание предкульминационной и кульминационной частей текста, а содержание посткульминационной части опускалось. Получилась несколько парадоксальная ситуация: испытуемые были в состоянии выделить в тексте сориентированные на достижение АЦ факты, но не смогли вразумительно охарактеризовать саму цель. Не исключено, что способность понимания авторской целеустановки может быть использована в начале экспериментальной работы с текстами как показатель пригодности испытуемых к участию в таком эксперименте. Данный тип формулировок мы назовем событийными.

Около четверти полученных формулировок полностью отвлечены от содержания текста, а характеризуют узкую задачу автора, связанную с выделением подчеркнутой части текста. Испытуемые говорят о намерении автора «выделить основную мысль», подчеркнуть что... (и далее изложение содержания кульминационной фразы) или даже о том, что «действие развивается по возрастающей». Формулировки такого рода мы назовем техническими.

Последняя группа формулировок связана с осмыслением содержания текста в его отношении к кульминационному отрезку. Подчас встречаются очень глубокие наблюдения. Например, для 3-го варианта текста отмечается, что замысел автора связан с саниями (исходя из рассказа в целом, можно сказать, что это действительно так) и в качестве мотивировки приводится следующее соображение: «сани — самым крупным планом, интересно, что с них же текст и начинается». Все эти формулировки так или иначе связаны с осмыслением глубинного содержания текста, поэтому их мы назовем подтекстными.

Итак, понимание АЦ сопряжено с большими трудностями — далеко не все испытуемые смогли вообще ответить на поставленный вопрос (не говоря уже о том, насколько правильно была понята АЦ). Само по себе это явление достаточно известно: «...внутренний смысл высказывания может расходиться с его внешним значением, и задача полного понимания смысла высказывания или его „подтекста“ заключается как раз в том, чтобы не ограничиваться

раскрытием лишь внешнего значения сообщения, но и абстрагирования от него и от поверхностного текста перейти к глубинному подтексту. . . именно это положение и определяет тот факт, что текст может быть понят с различной глубиной; глубина „прочтения текста может отличать различных людей друг от друга в значительно большей степени, чем полнота восприятия поверхностного значения“» [Лурия 1979, 219].

Таким образом, II этап эксперимента приводит к выводу о том, что хотя все испытуемые в той или иной степени владеют техникой работы с событийным материалом, отраженным в тексте, не все видят стоящий за текстом коммуникативный процесс. Следует отметить, что, конечно, не случайно значительная часть испытуемых интерпретировала текст как определенный аналог изображаемых событий. Это явление прямо соотносимо с теорией коммуникативного процесса, наиболее многосторонне продемонстрированной С. М. Эйзенштейном, показавшим принципиальную идентичность коммуникативного процесса в различных его проявлениях.

Такая трактовка хорошо согласуется с положением советской психологии об активности восприятия [см., например, Зинченко 1964]. Активное отношение к материалу, в данном случае к описываемым событиям, может иметь различную интенсивность, и в случае поверхностного отношения воспринимающего оно сводится к оперированию чисто событийной стороной текста, а в случае более интенсивной встречной деятельности происходит формирование собственного материала, который и кладется в основу подтекста. Интересно, что для анализа драматических произведений с целью проникновения в авторский замысел К. С. Станиславским разработана методика, согласно которой актер должен проделать путь от так называемых физических действий к авторской задаче (метод физических действий) [1957, 315 и сл.].

С другой стороны, в существующих в настоящее время теориях текста весьма распространен анализ так называемой пропозиционной основы его, которая во многом опирается на цепочку событий, аналогом которой является текст. В этом анализе также налицо путь от цепи событий к глубинному смыслу текста, однако недостаток его, на наш взгляд, состоит в том, что методика чрезмерно сложна и в силу этого не позволяет прорабатывать тексты достаточно большого объема, причем сложность не компенсируется точностью анализа, который очень часто допускает весьма различный подход к материалу.

Как в полученных экспериментальных данных, так и в рассмотренных методиках работы с текстом налицо обращение непосредственно к событийной цепи. Исходным моментом во всех случаях является возможность представить текст как аналог последовательности некоторых реальных событий. Такое свойство текста назовем событийностью.

В лингвистике довольно распространена характеристика этого явления с помощью разнообразных аналогий и сравнений. Наиболее

распространено сравнение событийной цепи с кинофильмом. При таком подходе элементарное событие интерпретируется как кадр, и соответственно вся цепь событий объясняется через последовательность кинокадров [ср. Степанов 1965].

Помимо спорности и проблематичности «метафорических» объяснений вообще, существенно отметить тот факт, что в кинематографии событийная сторона кадра также не определяется, а кадром как таковым именуется определенный отрезок пленки. Тем более интересна та косвенная событийная интерпретация, которую мы находим у С. М. Эйзенштейна: «...здесь естественная нагрузка кадра часто сводится уже не только к однозначному действию, не просто к однозначному движению: к одному глаголу, что в словесном арсенале отвечает изображению одного движения в кадре» [1964, 438].

Отсюда уже только один шаг до интерпретации языкового материала, например, в терминах У. Чейфа [1975, 114]. Таким образом, если единицу событийности понимать как предикатно-аргументную структуру, сводятся воедино самые разные явления — кинематографическая метафоризация событийности, интерпретация структуры текста на основе его пропозициональной базы и анализ текста путем сведения его к элементарным предложениям, ситуациям и т. п. [ср. Севбо 1969, 12; Коптилов 1965 и др.].

В предыдущих публикациях мы предлагали именовать охарактеризованную здесь единицу событийности предикатомой. Как и любой другой лингвистический термин данное название уже успело получить различную трактовку [ср. Апухтин 1978]. Однако, к сожалению, так обстоит дело, пожалуй, со всеми понятиями теории текста. Отметим лишь, что использование данной единицы в анализе текста дает ряд преимуществ.

Прежде всего предикатема как операционная единица анализа структуры текста обладает достаточно большой устойчивостью. Проведенный нами анализ перевода английского текста объемом около 3500 предикатом (90 книжных страниц) показал, что при переводе на разные языки (анализировалось четыре перевода на четырех языках) могут меняться границы около 5 % абзацев и до 20 % предложений, но лишь 0,5 % предикатом. Кроме того, предикатема, в отличие от остальных отрезков текста, имеет относительно устойчивую длину и число предикатом дает характеристику размеров самого текста.

Рассмотрение структуры текста на основании его событийного анализа позволяет проследить и механизм объединения микрособытий в более протяженные отрезки речи. Уже неоднократно высказывалось предположение, что этот процесс происходит на основании категоризации последовательностей событий. Бесспорно, что такая категоризация происходит по-разному в условиях разной целеустановки. При анализе текста это проявляется в разном ЧТ на части. Принято считать, что данное явление соотносимо с разным смыслом текста при разной целеустановке. При всей справедливо-

сти такого взгляда следует заметить, что он не исчерпывает сути ориентации текста в соответствии с перспективой.

Немалую роль здесь, видимо, играет та специфика восприятия событийной цепи, которая отмечается в работах по киномонтажу: «...два каких-либо куска, поставленных рядом, неминуемо соединяются в новое представление, возникающее из этого сопоставления как новое качество» [Эйзенштейн 1964, 154]. Если под этим углом зрения взглянуть на текст, можно говорить о том, что это «дополнительное представление» на фазе категоризации событий приведет к разному результату в зависимости от того, на какую цель происходит ориентация, иными словами, оно участвует в ориентации текста на перспективу. Понятие перспективы текста является категорией действенной и соотносимо с действием автора, организующего текст в соответствии с определенной целью. Такую действенность, на наш взгляд, следует отличать от действий персонажей. Именно здесь нередко наблюдается терминологическая путаница. Строго говоря, к коммуникативному действию как таковому относятся только действия автора, а все остальные явления, которые иногда именуются «действенностью текста», фактически являются одной из характеристик его событийной стороны.

Другой стороной категоризации событий, видимо, следует считать выделение опорных фактов разного объема, что приводит к выделению испытуемыми различного количества опорных фактов. Эта проблематика связана с психологическими аспектами композиции текста и организации событий вообще, так как событие всегда может быть представлено как цепь более мелких событий, а любой текст может быть развернут в более многословную форму и наоборот [Станиславский 1954, 156]. Поэтому определяющим моментом здесь, наверное, является качественная сторона опорных фактов, их содержание, а число и конкретная формулировка во многом остаются индивидуальными.

Итак, проведенный эксперимент в основных чертах дополнил, а где-то и уточнил предложенную нами систему понятий коммуникативной организации текста как его стратегии и тактики.

Основными выводами из него можно считать следующие положения:

1. Текст воспринимается испытуемыми прежде всего как определенный аналог некоторых событий (фактов). На их основе происходит его дальнейшая интерпретация. Анализ текста удобно производить на основе его разбиения на микрособытия. Единицу такого членения мы предлагаем называть предикатемой.

2. Выделение определенной части текста (кульминации в оговоренном смысле) указывает на цель автора, но допускает и ее индивидуальные трактовки.

3. Сориентированность текста на самую существенную его часть, а через нее на цель (перспектива) связана с выделением в тексте определенной совокупности опорных фактов, число которых может

варьировать. Выделяются опорные факты, как правило, в предкульминационной части.

4. С выделением опорных фактов связана членимость текста на смысловые части. Тем самым членимость текста связана с его перспективой. Членение текста на смысловые части происходит преимущественно в предкульминационной части.

Приложение

Двор, в который заехал Василий Андреич (1), был один из самых богатых в деревне (2). Семья держала пять наделов (3) и принимала еще землю на стороне (4). Лошадей во дворе было шесть (5), три коровы, два подтелка, штук двадцать овец (6). Всех семейных во дворе было двадцать две души (7): четыре сына женатых, шестеро внуков (8), из которых один Петруха был женатый (9), два правнука, трое сирот и четыре снохи с ребятами (10). Это был один из редких домов, оставшихся еще неразделенными (11); но и в нем шла уже глухая внутренняя, как всегда начавшаяся между баб, работа раздора (12), которая неминуемо должна была скоро привести к разделу (13). Два сына жили в Москве в водовозах (14), один был в солдатах (15). Дома теперь были старик, старуха, второй сын — хозяин и старший сын, приехавший из Москвы на праздник, и все бабы и дети (16); кроме домашних, был еще гость — сосед и кум (17).

Примечание. Цифры в скобках обозначают границы предикатом. Кульминации приходились на отрезки 4—6 (1-й вариант), 12—13 (2-й вариант) и 16—17 (3-й вариант).

Литература

- Апугтин В. Б. Психолингвистический метод анализа смысловой структуры текста. Дис. ... канд. филол. наук. М., 1978.
- Зинченко В. П. Теоретические проблемы психологии восприятия // Инженерная психология. М., 1964.
- Кандинский Б. С. Коммуникативная организация текста // Сборник научных трудов МГПИИЯ им. М. Тореза. М., 1982. Вып. 189.
- Коптилов В. Некоторые замечания о синтаксисе ситуаций // Структурно-математическая лингвистика. Киев, 1965.
- Лурия А. Р. Язык и сознание. М., 1979.
- Пала К. О некоторых проблемах актуального членения // Prague Studies in Mathematical Linguistics. 1966. Vol. 1.
- Севбо И. П. Структура связного текста и автоматизация реферирования. М., 1969.
- Станиславский К. С. Собр. соч. М., 1954. Т. 2; 1955. Т. 3; 1957. Т. 4.
- Степанов Ю. Французская стилистика. М., 1965.
- Товстоногов Г. О профессии режиссера. М., 1967.
- Чейф У. Значение и структура языка. М., 1975.
- Эйзенштейн С. М. Избранные произведения. М., 1964. Т. 2.
- Kintsch W. The representation of meaning in memory. N. Y. et al 1974.

ОНТОЛОГИЯ КОММУНИКАТИВНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ И ОБУЧЕНИЕ РЕЧЕВОМУ ВОЗДЕЙСТВИЮ

Возрастание роли субъективного фактора в развитии современного социалистического общества выдвигает задачи повышения эффективности коммунистического воспитания. Жизнь дает немало примеров того, как качественные изменения человеческого фактора способны привести к революционным сдвигам в различных сферах человеческой деятельности. «Решить сложнейшие и масштабные задачи, затрагивающие буквально все стороны нашей жизни, можно только развивая инициативу и энергию рабочего класса, крестьянства и интеллигенции, приводя в движение неисчерпаемые возможности, которыми располагает социалистическое общество» [Правда, 5 IX, 1985].

В докладе на совещании в ЦК КПСС по вопросам ускорения научно-технического прогресса М. С. Горбачев, размышляя о решающем — человеческом — факторе всех перемен, подчеркнул: «Весь опыт партии говорит: мало что можно изменить в экономике, управлении, воспитании, если не осуществить психологическую перестройку, не выработать желания и умения мыслить и работать по-новому... Нельзя медлить, нельзя выжидать, ибо времени на раскачку не осталось, оно исчерпано прошлым» [1985, 29].

Решение насущных задач общественного развития впервые в истории в значительной степени зависит от того, насколько полно в общественной психологии и психологии личности представлено научное мировоззрение, и насколько полно оно преломляется в поведении конкретных людей. В идеологической работе на первый план выдвигается задача формирования личности, целенаправленного воздействия на поведение человека. Безусловно, такое формирование происходит прежде всего во всех социально-экономических структурах жизнедеятельности общества. Однако социализм как общественная система для своего эффективного функционирования нуждается в том, чтобы этот процесс осуществлялся через целенаправленное и управляемое воздействие на личность.

Одним из важнейших направлений идеологической работы, активно участвующим в формировании личности, является устная пропаганда, цель которой — обеспечить успешную реализацию коммунистической идеологии в индивидуальном поведении людей.

Предпосылкой достижения этой цели является разработка теории, объясняющей процесс распространения и потребления идей в современном обществе. В силу сложности процесса такая теория

должна носить комплексный характер и синтезировать, в частности, результаты конкретных социологических, социально-психологических, психологических и психолингвистических исследований. Ее целостность будет обеспечена в том случае, если она будет строиться на базе общей теории деятельности. Только в этом случае появляется возможность создания модели устного пропагандистского воздействия. Поскольку такая модель предназначена для отображения деятельности, коммуникативной по своей природе и средствам осуществления, то для построения этой модели целесообразно использовать психолингвистический аппарат. Отсюда важнейшей задачей становится исследование психолингвистических процессов, образующих структуру сложнейшего вида коммуникативной деятельности (КД), имеющей своей целью формирование и перестройку сознания многомиллионной аудитории. Задача может быть решена только в том случае, если:

1) единицы модели КД будут иметь онтологический статус, т. е. отображать реальные механизмы потребления и присвоения идей на уровне индивидуального сознания в конкретных социальных структурах;

2) центральным понятием теоретического анализа станет понятие эффективности устного пропагандистского воздействия, так как неэффективное пропагандистское воздействие не только не достигает планируемого результата, но и дает отрицательный эффект (создается психологический барьер для восприятия и переработки содержания устной пропаганды, следствием чего является возникновение противоречия «между словом и делом» как социальной проблемы).

Устное лекционно-пропагандистское воздействие в социалистическом обществе осуществляют миллионы людей, которые вовлечены в эту деятельность в основном на общественных началах в силу природы самого общества. Это не профессионалы. Обучение лекторов и пропагандистов средствам и способам ведения устной пропаганды традиционно строится как информирование о предмете общения и некотором наборе стереотипов речевого поведения при взаимодействии с аудиторией. Однако очевидно, что простое следование этим стереотипам пропагандистской деятельности далеко не всегда приводит к желаемым результатам. Причина заключается в том, что содержанием обучения является сообщение некоторой суммы знаний (логических, лингвистических, психологических, педагогических), а не формирование умения эффективно осуществлять сложнейший вид КД. Именно для формирования такого умения необходимо построить онтологическую модель устного пропагандистского воздействия.

Обучение пропагандистской деятельности — это прежде всего обучение не исполнительской деятельности, а творческой, эвристической. Известно, что устная пропаганда всегда связана с решением творческих, нетривиальных задач, выдвигаемых самим ходом общественного развития. Помимо этого, как вид КД, она является эвристичной по своей внутренней сущности и по природе

образующих ее операций. Модель пропагандистской деятельности будет онтологической, если в ней отражаются не только процессы речепорождения и речевосприятия, составляющие коммуникацию, но и характеристики субъекта и объекта деятельности, взятые в конкретных социальных обстоятельствах. Поэтому в рамках такой модели субъект и объект речевого воздействия (РВ) рассматриваются не просто как «говорящий» и «слушающий» в обычном психолингвистическом значении, а как партнеры по взаимодействию, не только речевому, но и социальному, наделенные конкретными социально-психологическими особенностями. Заметим также, что «субъект» и «объект» пропаганды в масштабах общества непосредственно меняются ролями по отношению друг к другу в различных ситуациях деятельности, в чем находят свое отражение такие неотъемлемые характеристики участия людей в политических процессах социалистического общества, как сознательность и массовость: «Но социализма не может ввести меньшинство — партия. Его могут ввести десятки миллионов, когда они научатся это делать сами» [Ленин, т. 36, 53].

Известно, что в устной пропаганде «говорящий» и «слушающий» реально выступают как партнеры по взаимодействию, что является непременным условием эффективного протекания этой деятельности [Зимняя 1981, 14—15]. Сам процесс можно представить как взаимодействие сознаний. Его необходимо анализировать на различных уровнях абстракций.

1. Уровень индивидуальных сознаний данного говорящего и конкретного представителя аудитории является одновременно и исходным пунктом, и конечным результатом анализа. Ведь именно в индивидуальном поведении конкретных людей отразятся (или не отразятся) результаты пропагандистского воздействия, его «поведенческие последствия». Такой результат воздействия всегда планируется — и не только в пропаганде, но и в целом в системе социального планирования и управления, одним из средств которого является пропаганда. В этом отношении важными становятся социальные последствия и социальная значимость (смысл) доречевого, речевого и послеречевого поведения говорящего и слушающего. Поэтому следует говорить о втором — личностном — аспекте взаимодействия сознаний, где как раз и отражаются «специфические для человека общественные отношения, в которые он вступает в своей предметной деятельности» [Леонтьев 1975, 178].

2. На личностном уровне анализируются и моделируются социально-психологические характеристики партнеров по коммуникативному взаимодействию, как представителей определенных социальных групп. Социально-психологическая («личностная») модель сознания слушателя, в частности, возникает, с одной стороны, как некоторое «усреднение» эмпирических данных о поведении слушателей, включая результаты конкретных социологических исследований; а с другой стороны, она основывается на типологических характеристиках человеческого поведения в данной

ситуации (например, общепсихологические закономерности восприятия, осмысления, запоминания и присвоения содержания речевого сообщения).

3. Третий аспект анализа — типологический — имеет и самостоятельное значение: на этом, наиболее абстрактном, уровне обобщается в типологизированном виде принципиальная схема пропагандистской деятельности. Причем компоненты схемы всегда должны конкретизироваться и преломляться на «индивидуальном» и «личностном» уровнях анализа. В противном случае нарушается важнейший методологический принцип исследования общественных явлений — принцип конкретно-исторического подхода.

Процесс воздействия обязательно предполагает потребление и присвоение информации и его надо моделировать. Если ограничиваться только воздействием (т. е. речепорождением) и не обеспечивать управление потреблением (восприятием, осмыслением, запоминанием, последующим возможным применением), то невозможно говорить об эффективности деятельности, о планировании искомого результата, о взаимодействии сознаний и последующей перестройке их структуры. Для осуществления целенаправленного потребления информации необходимо моделировать эффективность РВ, а для этого воздействие и потребление рассматриваются как неразрывные стороны единого процесса. «Коммунистическую пропаганду, — отмечает Ю. А. Шерковин, — можно считать эффективной только при том условии, если она ведет к результатам, намеченным в качестве цели» [1981, 16].

С учетом сказанного анализ пропагандистского воздействия не вмещается в рамки обычной психолингвистической модели «оратор—сообщение—аудитория», поскольку лекционно-пропагандистская деятельность — это деятельность общения, жестко ориентированная на социально значимый результат, кстати сказать на недостаточность такой модели указывал еще В. М. Павлов: «Обычное „модельное“ представление акта коммуникации, в котором говорящий и слушающий связаны друг с другом только речью», он предлагает дополнить «связью участников коммуникативного акта, замкнутой на объекте, который учитывается не просто как объект отражения, а как объект их совместной социальной деятельности» [Павлов 1968, 67]. Известные модели порождения в отечественной и зарубежной психолингвистике не включают в себя в качестве необходимого компонента результат речевого общения, поскольку он является неречевой сущностью и его анализ предполагает оперирование социологическими и другими характеристиками и понятиями. Психолингвистическая модель порождения строится как исследование операций получения этого результата, при этом результат не оказывает непосредственного воздействия на структуру и характер протекания моделируемых процессов. По сути дела процессуальная модель «привязывается» к некоторому набору результатов, которые могут быть получены в итоге ее реализации. Обычно такие результаты характеризуются через некоторые лингвистические и психолингвистические параметры, в основе

которых — самые общие речевые целевые установки: информировать, убедить, переубедить. В данном случае результат деятельности отождествляется с ее речевым продуктом. В некоторых сферах предметно-практической деятельности отождествление возможно, однако для лекционно-пропагандистской деятельности принципиально важно развести понятие продукта и результата деятельности. В самом деле, хотя лекция должна быть непосредственным совокупным продуктом деятельности говорящего и слушающих, она далеко не всегда приводит к социально значимому результату. Это означает, что как речевой продукт она может отвечать критериям, принятым в обществе для оценки качества такого рода речевых произведений, но это отнюдь не гарантирует ее результативности. Еще раз подчеркнем, что в основе конечной оценки лекционно-пропагандистской деятельности обществом всегда лежит эффективность, о которой можно говорить лишь при достижении запланированного инициатором общения результата.

Умение планировать результат и максимально реализовать его в ходе общения — самое трудное в структуре рассматриваемой деятельности. Отсюда вытекает необходимость включения результата в рассматриваемую модель. Однако единицы известных психолингвистических моделей ограничиваются описанием речевого продукта, не выходя на результат. Такие модели не позволяют показать зарождение результата деятельности в самой структуре деятельности, его прогнозирование, как неотъемлемое условие протекания деятельности и процесс его реализации. Действительно, как уже сказано, по своей природе теория результата требует расширения применяемого теоретического аппарата. Однако, как мы уже подчеркивали, этот аппарат не будет чужеродным для психолингвистики, так как является производным от единой теории деятельности. Более того, исключить результат из психолингвистической модели значит нарушить саму психолингвистическую корректность модели. Поскольку процесс возникновения социально значимой деятельности как результата речевого воздействия является процессом, формирующим и определяющим структуру пропагандистской деятельности, то создание теории результата РВ является центральной задачей разработки теории идеологического потребления. Ее решение сопряжено с рядом трудностей, которые не ограничиваются междисциплинарным характером проблем. Во-первых, изучение результата РВ невозможно без наблюдения и анализа деятельности реципиентов в течение некоторого периода времени, предшествующего и следующего за речевым пропагандистским воздействием. Методы такого исследования, как правило, заимствуются из арсенала методик конкретной социологии и социальной психологии. Важно, чтобы применение выбранных методик носило комплексный характер, т. е. при исследовании одного из факторов применялось несколько взаимодополняющих и дублирующих друг друга методик. Это необходимо в силу того, что изменения в сознании и поведении людей имеют сложный, опосредствованный характер, а также потому, что отсутствует психологическая теория

изменения поведения в результате потребления информации на уровнях индивидуального и общественного сознания. (В данном случае на адекватность оценки может положительно влиять участие исследователя в идеологической деятельности.) Призыв А. В. Луначарского научиться «проследивать судьбу слова не только в воздухе, но и душах тех, кому слово обращено» [1968, 82] до сих пор не подкреплен какими-либо объективными научными методиками оценки степени достижения результата. Но даже в этом случае учить моделировать, прогнозировать и реализовать результат в деятельности общения необходимо, иначе сама деятельность не имеет смысла.

Во-вторых, изменения в поведении могут быть вызваны целым рядом факторов, не связанных с РВ, что осложняет выделение того, что непосредственно идет от воздействия.

В-третьих, результат воздействия носит принципиально вариативный характер, поскольку он всегда определяется ситуацией общения, а именно ее конкретным социальным смыслом. Более того, прогнозирование и реализация результата устного пропагандистского воздействия в процессе деятельности постоянно корректируется на основе уточнения ситуации, действий партнеров, характера протекания общения и т. д.

В-четвертых, прогнозирование результата всегда осложняется тем, что на него в значительной степени влияет взаимодействие реципиентов между собой в процессе восприятия содержания устного выступления, а также в процессе последующей совместной деятельности в силу влияния самых различных социальных, психологических, экономических факторов.

Таким образом, даже весьма приблизительное перечисление характеристик модели устной пропагандистской деятельности, имеющих онтологический статус, а значит, не устранимых при анализе, показывают, насколько сложна «принципиальная схема» деятельности, отраженная в модели. С одной стороны, эта, а не какая-либо иная, упрощенная модель должна стать предметом обучения лекционно-пропагандистской деятельности для того, чтобы такое обучение достигало заявленной цели. С другой стороны, сложность модели является методическим препятствием в процессе обучения. Возможность разрешения противоречия заключается в том, чтобы реализовать целевой подход в обучении, при котором предметом обучения — в зависимости от его цели — всякий раз становилась бы вполне определенная система действий на том или ином уровне сложной иерархии деятельности. Поскольку действие как единица модели (по Л. С. Выготскому) сохраняет в себе качественную определенность всего сложного объекта, то вне зависимости от того, какой уровень модели деятельности стал в данный момент специальным предметом обучения, в отрабатываемой системе действий всегда будут содержаться, — а значит и отрабатываться, — все принципиальные характеристики деятельности в целом.

Успешное овладение деятельностью предполагает сочетание аналитических и синтетических мыслительных процедур (ср.,

например, данные онтогенеза речевого общения, представленные в работах А. М. Шахнаровича). В начале процесса овладения всегда стоит целостный, нерасчлененный образ объекта овладения. Именно поэтому обучение модели деятельности целесообразно начинать с первичного синтеза — целостного представления модели. Такое — нерасчлененное — представление всего процесса обучения необходимо для успешного дальнейшего расчленения деятельности на действия и операции для глубокой качественной проработки и последующего их синтеза на более высоком уровне, т. е. присвоения деятельности обучаемым. Единым знаменателем всего процесса обучения выступает макроструктура деятельности, проявляющаяся в своих конкретных вариациях на разных уровнях. Главные образующие макроструктуры будут неотъемлемые онтологические характеристики деятельности, рассматриваемые в данной статье.

Психолингвистическое обоснование возможности создания модели устного лекционно-пропагандистского воздействия и системы ее реализации в практике обучения было бы неполным без анализа семантики речевого сообщения, т. е. разработки предмета публично-го общения в единстве с наиболее эффективными средствами воздействия на аудиторию. Выделение этого аспекта тем более важно потому, что традиционно сложившиеся системы обучения чаще всего совершенно исключают разработку предмета общения, оставляя ее коммуникатору. Обращение же коммуникатора к предмету происходит самостоятельно на докоммуникативном этапе, как правило, при написании реферата или другого письменного продукта по предложенной теме. Отличие системы обучения по предлагаемой модели в том, что предмет материализуется на каждом этапе порождения, трансформируясь в процессе реализации замысла в конкретное высказывание, поскольку предмет общения является неотъемлемым компонентом коммуникативной ситуации [Тарасов 1979]. Действительно, в самом процессе общения выделяются две стороны: совместная деятельность и речевое общение [Леонтьев 1972], где последнее выступает зависимым, определяемым элементом. В самом общем смысле предметом общения всегда является предметно-практическая деятельность, точнее, ее отображение в содержании КД. (Этим утверждением мы не отождествляем качественно различные когнитивные и коммуникативные аспекты общения, о чем специально будет сказано ниже.) Однако при этом речевое общение не есть совокупность действий «по поводу» предметно-практической деятельности. Структуру и характер протекания коммуникативных действий невозможно представить безотносительно предмета той деятельности, которую они координируют и регулируют. Именно присвоение предмета общения аудиторией является той стратегической целью, которая определяет все содержание и направленность общения.

Ситуацию КД, в которую всегда включено общение, определяют такие важнейшие параметры, как реализуемая в деятельности общественная потребность, ее действительный мотив и цель. Анализ

указанных характеристик позволяет выявить социальный смысл ситуации, а значит, определить предмет деятельности, который важен для анализа предмета РВ.

Важнейшее онтологическое свойство ситуации РВ — вариативность. Реальная социальная ситуация, в которой действует коммуникатор, динамична. Ее динамика имеет два измерения: «горизонтальное» — различия видов деятельности [см., например: Овчинников 1982а, 6—7] социальных групп, представленных в аудитории, и «вертикальное» — изменение ситуации в зависимости от степени осознания макроситуации деятельности ее участниками. Второй аспект ситуации зависит от степени присвоения общественного смысла деятельности ее участниками. Этот аспект несет в себе динамизм формирующегося знания. Отсюда вытекает, что, поскольку речевое взаимодействие с реципиентами всякий раз протекает в рамках качественно различных ситуаций социальной предметно-практической деятельности (их будет ровно столько, сколько аудиторий), различным в каждом случае будет и предмет речевой пропагандистской деятельности. Естественно, что в таком понимании предмет РВ не является идентичным понятию темы общения. Данный подход к анализу содержания предмета сообщения непосредственно вытекает и из признания функциональной природы семантики в современной теории языка. Обращение к макроструктуре ситуации пропагандистского РВ при разработке теории предмета общения неизбежно, ведь генеральной целью в речевой деятельности в данном случае является присвоение предмета общения, которое отразилось бы в дальнейшей деятельности реципиентов. Речь здесь идет не только и не столько о воздействии идей, сколько об их потреблении, т. е. о формировании нового знания и на этой основе новых психологических установок, проявляющихся в поведении. Однако нас будут интересовать не всякие изменения в поведении, а лишь те, которые имеют общественно-политическую значимость, иначе говоря, эффективность идеологического потребления [см. также: Поздняков 1975, 15].

Любое предметно-практическое знание в сфере общественной идеологии преломляется через призму «социальных интересов классов, с позиций которых осуществляется в идеологии отражение действительности» [Уледов 1984, 100].

Итак, когда мы рассматриваем предмет пропагандистского общения, мы имеем дело, как и в иных случаях КД, с двумя аспектами предмета 1) с тем, что в предмете идет от отражения содержания предметно-практической деятельности, вне которой реальное общение не существует, и 2) с собственно коммуникативной структурой операциональных единиц порождения текста, каковыми, по-видимому, являются психологические предикаты, организующиеся в определенной коммуникативной (теморематической) перспективе, отображающей функциональную структуру

ситуации общения¹. Диалектическое единство коммуникативной структуры и когнитивной основы речемыслительных процессов порождения текста отражено в известном тезисе Л. С. Выготского о том, что «в речи мы формулируем мысль, но формулируя ее, мы сплошь и рядом ее формируем» [1934, 311]. Следовательно, разработка предмета общения («темы», «концепции», «содержания выступления») вообще немыслима без отражения в нем реальной коммуникации, поскольку в противном случае исчезает предмет сообщения как таковой. Именно поэтому содержание выступления должно претерпеть все коммуникативно обусловленные трансформации, которые происходят с замыслом на пути его оформления в высказывание в реальной ситуации общения.

Будем понимать под предметом общения в устной пропаганде конкретный социально-политический смысл программы речевых действий, воздействующих на мотивационно-целевую сферу сознания реципиента с целью перестройки структуры поведения личности. Ясно, что такое сложное когнитивное образование требует планирования и разработки в пределах возможной детализации заранее, до коммуникации.

Итак, с одной стороны, предмет сообщения формируется при постоянном воздействии на него реальной коммуникативной макроситуации, а с другой стороны, в момент разработки предмета коммуникатор еще не участвует в реальном общении, поэтому может лишь прогнозировать ход его развития. Снятие этого противоречия — в моделировании реальной (вероятной) аудитории [см. Минеева 1975; 1977] на всех этапах формирования замысла, трансформации его в семантическую программу будущего текста и далее, воплощения этой программы во внешнеречевых операциях.

Анализ основных теоретических предпосылок разработки модели речевого лекционно-пропагандистского воздействия позволяет сделать некоторые предварительные выводы. В основу предмета обучения следует положить следующие принципы.

1. Обеспечить единство и simultанность разработки предмета общения и средств его коммуникативного воплощения.

2. Максимально учитывать потребности аудитории и ее возможности смыслового восприятия, переработки и присвоения предлагаемой информации.

3. Исходить из того, что результативное коммуникативное взаимодействие включает в себя не только организацию РВ, но и управление потреблением основного содержания выступления.

4. Планировать социально значимый результат и средства его реализации как критерий эффективности публичного общения.

¹ Мы опираемся при этом на авторитетную лингвистическую традицию, представленную именами А. А. Потебни, А. А. Шахматова, С. И. Бернштейна. Она воплощена в теоретических работах Н. Д. Арутюновой, В. А. Звегинцева, Г. В. Колшанского, Н. А. Слюсаревой, Ю. С. Степанова. Эта концепция подтверждена и в конкретных экспериментальных психолингвистических исследованиях [см. Апухтин 1978; Овчинников 1982].

5. Контролировать потребление и присвоение знаний, необходимых для отработки искомых умений, а также диагностики степени сформированности умений осуществлять публичное общение. Контроль каждой из операций, образующих структуру коммуникации, обязателен на всех этапах обучения. Контроль и взаимоконтроль обучающихся обеспечивает строгую последовательность в присвоении предмета, средств и способов деятельности. Необходимо подчеркнуть, что, помимо контроля за процессом деятельности, т. е. своевременной диагностики степени отработанности соответствующей операции, имеет место и контроль продукта каждого этапа и всей деятельности как в учебных моделирующих реальную действительность ситуациях, так и в живом пропагандистском общении.

Понятно, что предмет обучения, отвечающий перечисленным принципам, требует соответствующей педагогической системы, основы которой составляет не рецептивный лекционный процесс, а активные формы моделирования речемыслительных действий коммуникатора.

По своей психолингвистической сущности модель лекторско-пропагандистской деятельности является моделью порождения коммуникатором текста со специфической и, как уже отмечалось, сложнейшей функцией — формирования и перестройки структуры сознания и последующей деятельности реципиентов.

Рассмотренные выше предпосылки непротиворечиво вписываются в современную психолингвистическую модель текста. Именно ее удобно положить в основу эффективной системы обучения, если при этом отобразить в модели набор базовых экстралингвистических факторов, обуславливающих реальный процесс порождения пропагандистского текста. Исходя из современных психолингвистических представлений, можно определить текст как коммуникативный аспект макроструктуры деятельности. Эта коммуникативная структура представляет собой иерархию знаковых (речемыслительных) операций, которые обеспечивают данную социальную ситуацию. Именно иерархическая структура порождаемого текста является реальным предметом присвоения в процессе обучения.

Таким образом, психолингвистическая модель лекторской деятельности выступает в трех аспектах. Психолингвистическая структура порождения как концепция, служащая предметом обучения, представляет собой неотъемлемый компонент любого обучения — овладение теорией вопроса, теоретический аспект модели. Однако для того, чтобы модель работала на формирование практических навыков деятельности, ее единицы должны быть интерпретированы операционально, — методологический и методический аспекты. Это дает возможность распродетить модель в процессе обучения.

Психолингвистическая модель порождения текста становится, с одной стороны, способом теоретической систематизации знания для его последующего изложения, а с другой стороны, средством

операционализации знания с целью формирования на его основе навыков и умений. При этом важно, что последовательность протекания речемыслительных процессов порождения непосредственно отражается в последовательности этапов обучения.

Рассматривая пропагандистскую деятельность коммуникатора в конкретной современной общественной ситуации, следует отметить, что реальным адресатом пропаганды является многомиллионная аудитория. Выше уже подчеркивалось, что осуществление пропаганды в современных условиях возможно лишь при компетентном выполнении деятельности, основанном на научном представлении о ее механизмах и сформированных практических навыках публичного общения.

С другой стороны, социализация идей осуществляется идеологическими кадрами путем целенаправленного внедрения идеи в общественную психологию и индивидуальное сознание. Именно поэтому в модель должна быть заложена двойная адресность: обучение квалифицированными специалистами по публичному общению идеологических кадров, реально воздействующих на сознание людей. Двойная адресность — принципиальная системная характеристика модели, вытекающая из теоретической концепции природы устной пропаганды, которая обязательно реализуется в методологическом и методическом аспектах модели. (Отметим, что серьезным недостатком переподготовки лекторских и пропагандистских кадров в системе семинаров является то, что их организаторы не ориентируют специалистов на двойную адресность их выступлений. В настоящее время требуется уйти от информирования к ин-структивно-методической подаче материала.)

Основные функциональные блоки модели вычленяются исходя из общепсихологической концепции трехфазного строения всякой деятельности [см. Леонтьев 1972], включающей ориентационный, исполнительский и контрольный этапы. Однако каждый из этапов отличается, во-первых, особенностями КД, во-вторых, специфическими чертами одного из видов коммуникации — лекционно-пропагандистской деятельности.

Экспериментальные и теоретические данные о формировании психолингвистических правил порождения текста в онтогенезе речи позволяют отнести к важнейшим онтологическим характеристикам КД следующие:

1) диалектическое взаимодействие когнитивных и коммуникативных факторов речепорождения: когнитивная деятельность является причиной, источником и конечной целью порождения текста, однако операциональные единицы порождения текста на всех его уровнях имеют коммуникативную природу;

2) функциональная обусловленность порождения текста: направление и структура процесса порождения обусловлены неречевыми задачами, в силу чего речепорождение на всех уровнях контролируется неречевой деятельностью;

3) социальная сущность текста: процесс порождения на всех его этапах протекает с опорой на модель сознания реального или

потенциального адресата, представляя собой по своей психологической природе взаимодействие сознаний [см. об этом: Овчинников 1982a].

В любом виде реальной коммуникации перечисленные особенности всегда представлены имплицитно, без их учета равным образом невозможно построить адекватную теоретическую модель коммуникации и делать ее предметом практического овладения. Между тем именно в силу своей имплицитности фундаментальные признаки речевого общения фактически игнорируются в процессе обучения, поскольку для их вычленения необходимы профессиональные знания. Это в равной степени относится и к обучающим, и к идеологам-практикам, которые в реальной деятельности методом «проб и ошибок» бессознательно и стихийно формируют в себе навыки учета упомянутых факторов. Понятно, что для того, чтобы избежать подобных издержек, необходимо эксплицировать внутренние механизмы общения в педагогической практике, сделать их предметом специальной осознанной отработки. Такой подход вытекает из основополагающих идей психологической школы Л. С. Выготского и его последователей. Это прежде всего тезис об изначальной конкретно-предметной, социальной форме любой деятельности, которая впоследствии интериоризируется человеком, переходит в форму внутренней речемышлительной способности. Социальная природа овладения средствами и способами деятельности отражается при обучении в социально-психологическом способе построения педагогического процесса. Адекватным способом реализации такого подхода является форма деловой игры, в которой все имплицитные факторы реальной речевой деятельности могут быть персонифицированы, и тем самым представлены в развернутой форме, с которой начинается действительное овладение деятельностью.

Из трех традиционно выделяемых фаз модели наиболее сложной по внутреннему строению и важной по функции является ориентационная фаза. Это фаза, предшествующая исполнению, т. е. не только настрой на деятельность (мотивационно-побудительный аспект), не только анализ на основе прошлого опыта настоящей ситуации и вероятностное прогнозирование ситуации будущего, но и отбор средств и формирование адекватного ситуации способа выполнения лекционно-пропагандистской деятельности и достижения планируемого результата. Структурно ориентационная фаза включает три взаимообусловленных компонента (или процесса). Подготовка к активной целенаправленной деятельности предполагает формирование потребности к живому пропагандистскому общению, основанной не только на внешнем побуждении — социальном заказе общества, но и на внутреннем устремлении человека, его творческом настрое на длительное исполнение данной социальной функции. Именно с онтологии потребности в выполнении пропагандистской работы начинается учет при обучении онтологии деятельности в целом. Творческая по своей природе пропагандистская работа не может быть эффективной, если у коммуникатора не сформирована не просто потребность к ее

выполнению, а потребность к творчеству. С ее формирования начинается обучение, чем предлагаемый деятельностный подход коренным образом отличается от других методов обучения. Интересно отметить, что прагматически ориентированные системы обучения публичному общению основываются на американской психолингвистической традиции, где в качестве макроединиц коммуникации рассматриваются стратегии речевого поведения. В теоретическом плане эти стратегии описываются через последовательности оптимальных для достижения данных целей коммуникативных операций. В методическом аспекте операции преподаются как набор прагматических правил речевого поведения, становятся предметом научения. Тем самым в обучении отрабатываются навыки выбора — на основе анализа ситуации и исходя из неречевых и речевых целей общения — оптимального набора правил коммуникативного поведения — речевой стратегии, — осуществляется своего рода переключение поведенческих программ. Кстати, именно на таких посылах строятся многочисленные пособия по речевому и неречевому поведению, содержащие набор предписаний о поведении в разных ситуациях, типа пособий Карнеги, в чем находит свое выражение позитивистская ориентация американской методологии. Наиболее системное теоретическое обоснование такой методики представлено в работах американского психолингвиста Дж. Де Вито [см., например: Vito 1981].

Грамматическая нацеленность обучения на получение практического результата заставляет стремиться к упорядочению, схематизации бесконечного разнообразия коммуникативных операций, образующих публичное выступление. Реализация стремления в практике обучения в виде предписаний об оптимальном поведении неизбежно приводит к исчезновению действительного предмета обучения — формирования навыков и умений осуществлять подлинно эвристическую деятельность, протекание которой всякий раз диктуется характером социальной ситуации и теми уникальными задачами, которые в данной ситуации решаются. Уникальность речевых действий, образующих такую деятельность — ее онтологическое свойство, которое не позволяет достигать целей обучения путем стереотипизации коммуникативных реакций.

Первый компонент ориентационной фазы неразрывно связан с другим процессом — формированием способов выполнения лекционно-пропагандистской деятельности, в которой воплотится потребность. Здесь происходит моделирование и прогнозирование системы коммуникативных действий, т. е. расчленение и синтез деятельности на основе планируемого результата. Если психологическим итогом первого ориентационного процесса является возникновение смысловой установки «в виде готовности к совершению определенной деятельности» [Асмолов 1977, 106], то в результате второго процесса формируется целевая установка — «готовность к достижению осознаваемого предвидимого результата, определяющая избирательность и устойчивость данного конкретного действия» [Там же, 107]. Наконец, третий компонент

ориентационной фазы связан с формированием конкретной коммуникативной программы в единстве со средствами ее реализации. Иными словами, на основе социального уточнения места, времени и задач общения разрабатывается, корректируется и оценивается динамическая модель коммуникативного поведения в определенной социальной ситуации. Психологический результат третьего ориентационного процесса — операциональная установка — «готовность субъекта к осуществлению определенного способа действия» [Там же, 107]. Моделирование операциональной программы публичного общения включает в себя планирование исполнительской стороны процесса взаимодействия коммуникатора и аудитории, а также прогнозирование конкретного результата воздействия говорящего на слушающих. По существу, второй и третий компоненты ориентировки это две стороны одного процесса. Можно даже утверждать, что третий компонент является своеобразной формой контроля качества протекания процесса планирования системы действий. Именно этот процесс выступает в качестве центрального звена не только ориентировочной фазы, но и всего речепорождения. Если сопоставить ее с принятой в советской психолингвистике моделью, то второй компонент ориентации сравним с внутренней программой в сочетании с набором ее наиболее возможных внешних реализаций. Вариативность реализации является неотъемлемым атрибутом внутреннего программирования лекционно-пропагандистского общения потому, что в этом случае программа должна формироваться в отсутствии реального адресата и в условиях жесткого давления эффективности публичного общения. По существу в ходе рассматриваемого процесса выстраивается ориентационная, опорная универсальная схема деятельности, причем коммуникатор присваивает ее как таковую только через отработку конкретных операциональных вариантов ее воплощения. Внутренней пружиной развертывания схемы и основой ее универсальности является вариативность. В теоретическом отношении ориентационную схему можно считать генеральной концепцией всей деятельности, ее строения, направленности и последовательности протекания. Именно здесь заложены подпрограммы всех этапов лекционно-пропагандистской деятельности: концептуального, стратегического, тактического, языкового, исполнительского, контрольно-итогового [Иванова 1984]. Последовательность этапов строго обусловлена природой речемыслительной деятельности и произвольная их перестановка в процессе обучения невозможна. Например, тактические и языковые средства бессмысленно обрабатывать, не научив формированию концепции и стратегии, поскольку в этом случае в сознании обучаемого опорная схема запечатлевается в искаженном виде и он овладевает псевдодеятельностью.

Особенностью данной системы обучения и ее теоретического обоснования является то, что система действий исполнительского и контрольного этапов обрабатывается в процессе ориентации. Это не специальный методический прием, а отражение онтологии

речевого мышления в сфере публичного общения. Дело здесь в том, что по требованию эффективности теоретически, методологически и методически продукт ориентационной фазы должен быть максимально тождествен — в одном из своих вариантов — продукту исполнительского этапа.

В принципе любой из этапов ориентации и деятельности в целом можно охарактеризовать через любую из рассмотренных выше единиц психолингвистической модели лекционно-пропагандистской деятельности: коммуникатора, аудиторию, продукт их совместной деятельности — речевое сообщение или лекцию, предмет общения и его результат. В каждой из перечисленных единиц модели в снятом виде содержатся все остальные ее единицы. Например, на концептуальном этапе, т. е. в когнитивном аспекте, модель аудитории берется в форме познавательной предметно-практической деятельности (соотносимой с предметом общения) данной социальной группы. При этом важно определить место и значение предмета будущей коммуникации в структуре общественного сознания и психологии этой социальной группы («образ» аудитории — потенциальная аудитория). Такой анализ служит основой для определения пропагандистской функции порождаемого текста: убеждение (формирование сознания), переубеждение (перестройка структуры сознания), побуждение (определение программы конкретных действий и стимулирование ее реализации), т. е. определение того, по словам В. И. Ленина, «[как], где и когда превращать свой марксизм в действие» [Ленинский сб., 249].

Далее модель потенциальной аудитории диктует образ результата, который достигается при условии равноправного партнерства коммуникатора и реципиентов («субъект — субъектные отношения» [Зимняя 1981]), иными словами, прогнозируя результат, коммуникатор ищет ответ на вопрос: зачем аудитории нужно прослушать данное сообщение? [см. подробнее: Минеева 1984]. На тактическом этапе модель аудитории реализуется в конкретных формах коммуникативного взаимодействия со слушателями (приемы развертывания тезиса и его аргументации, управления усвоением, активизации мыслительной деятельности и т. д.). К тактическому этапу непосредственно примыкает этап лингвистической разработки общения: формулирование замысла доступными для понимания потенциальной аудитории языковыми средствами. Когда обозначается конкретная социальная ситуация общения модель аудитории трансформируется в образ конкретной аудитории по только что описанной процедуре в той же последовательности этапов. На исполнительской фазе модель аудитории становится (или не становится) реальной аудиторией общения (прогноз оправдывается или не оправдывается).

Если модель аудитории тождественна реальной, то реализация стратегии осуществляется разработанными тактическими и языковыми средствами и концепция предмета общения отображается в сознании реципиентов. В этом случае запланированный — в форме деятельности аудитории — результат общения совпадает

с ее реальной послекоммуникативной деятельностью, что было бы равно абсолютной (практически недостижимой) эффективности. В ходе последующей деятельности, в процессе развития и совершенствования сформированных умений коммуникатор может все более приближаться к достижению этого идеала, что служит ориентиром и социальной перспективой признания и более высокой оценки его общественно-политической деятельности.

Если модель аудитории не совпадает в действительном общении с реальной аудиторией, то при таком обучении коммуникатор способен гибко отреагировать на ситуацию, «приспособиться» к ней, поскольку в его арсенале заложен набор стратегий и тактик речевого поведения и сформирована способность к их оперативной перестройке. Это позволяет с большей долей вероятности приблизиться к запланированному результату, что практически невозможно в такой ситуации при иной системе подготовки. Безусловно, достижение такого уровня подготовленности коммуникатора в описанной выше системе обучения требует больших педагогических и временных затрат, нежели при традиционном подходе, когда написание лекции становится самоцелью, продуктом и конечным результатом подготовки. Однако эти задачи нельзя не решать, поскольку в современной общественной ситуации не нужны коммуникаторы, не способные выполнить деятельность с необходимой компетентностью.

Система обучения предусматривает получение триединого продукта: умение осуществлять лекционно-пропагандистскую деятельность (инвариантное умение); умение выполнять эту деятельность в вариантах предмета общения, которые определяются моделями аудитории; умение обучать этой деятельности других коммуникаторов (иначе недостижим реальный объект воздействия — массовая аудитория)².

В заключение отметим, что в представленном здесь теоретическом обосновании модели лекционно-пропагандистской деятельности была сделана попытка охарактеризовать ее онтологию в двух направлениях: во-первых, «горизонтально» через набор образующих эту деятельность единиц, во-вторых, «вертикально», в плане обучения этой деятельности. Подчеркнем, что второе направление анализа не является механическим дополнением к теории модели. Разработка процесса обучения лекционно-пропагандистской деятельности по модели с необходимостью вытекала из внутренней логики и динамики самой деятельности.

Дальнейшее теоретическое осмысление описанных процессов, их экспериментальный анализ и внедрение результатов в общественно-политическую практику должно стать одним из приоритетных направлений советской психолингвистики.

² Система проверялась и совершенствовалась в ходе пятилетнего экспериментального обучения в разных городах страны — в Перми, Алма-Ате, Красноярске, Душанбе и др. [см. подробно: Иванова, Минеева 1985].

Литература

- Маркс К., Энгельс Ф. Сочинения. Т. 1.
Ленин В. И. Полн. собр. соч. Т. 21; Т. 36.
Ленинский сборник. М., 1970. Т. XXXVII.
Горбачев М. С. Коренной вопрос экономической политики партии. М.; Политиздат, 1985.
Ануэтин В. Б. Психолингвистический анализ смысловой структуры текста. Дис. ... канд. филол. наук. М., 1978.
Асмолов А. Г. Проблема установки в необихейвиоризме: прошлое и настоящее // Вероятностное прогнозирование в деятельности человека. М., 1977.
Бернштейн И. А. Очерки по физиологии движений и физиологии активности. М., 1966.
Выготский Л. С. Мышление и речь. М.; Л., 1934.
Выготский Л. С. Собр. соч. Т. 3. Педагогика. М., 1983.
Зеленов Л. А. Методология и теория деятельности. Тезисы докладов к X межзональному симпозиуму. Горький, 1982.
Зимняя И. А. Ленинские принципы коммунистической пропаганды и психология общения // Вопр. психологии, 1981, № 2.
Иванова С. Ф. Лекторское мастерство. М., 1984.
Иванова С. Ф., Минеева С. А. Тем, кто учит лекторов. М., 1985.
Леонтьев А. А. Высказывание как объект лингвистики, психолингвистики и теории коммуникации // Синтаксис текста. М., 1979.
Леонтьев А. Н. Проблемы развития психики. М., 1972.
Леонтьев А. Н. Деятельность. Сознание. Личность. М., 1975.
Луначарский А. В. Речь при открытии Института живого слова // «Театр», 1968, № 9.
Минеева С. А. Учет особенностей аудитории в процессе подготовки лекций и во время выступления // Вопросы лекционной пропаганды (теория и практика). М., 1975. Вып. 2.
Минеева С. А. О некоторых особенностях ориентации говорящего во время устного публичного выступления // Материалы VI Всесоюзного симпозиума по психолингвистике и теории коммуникации. М., 1977.
Минеева С. А. Учет лектором восприятия и оценки лекции слушателями // Вопросы лекционной пропаганды (теория и практика). М., 1984. Вып. 9.
Овчинников В. Н. Психолингвистический анализ функциональных типов высказываний. Дис. ... канд. филол. наук. М., 1982а.
Овчинников В. Н. О функциональной природе текста в онтогенезе речи // Развитие речи и формирование личности. М., 1982б.
Павлов И. П. Языковая способность человека как объект лингвистической науки // Теория речевой деятельности. М., 1968.
Поздняков Н. В. Вопросы определения критериев эффективности партийной пропаганды // Научные основы коммунистической пропаганды. М., 1975.
Тарасов Е. Ф. Построение теории коммуникации // Сорокин Ю. А., Тарасов Е. Ф., Шахнарович А. М. Теоретические и прикладные проблемы речевого общения. М., 1979.
Уледов А. К. Духовная жизнь общества. М., 1980.
Уледов А. К. Общественная психология и идеология. М., 1984.
Шерковин Ю. А. [Предисловие] // Войтасик Л. Психология политической пропаганды. М., 1981.
De Vito J. The Elements of Public Speaking. N. Y., 1981.

Предисловие	3
-----------------------	---

1

МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ И ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ РЕЧЕВОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ

Речевое воздействие: методология и теория (<i>Е. Ф. Тарасов</i>)	5
Структура сознания в речевом воздействии	18
Проблемы эффективности речевого воздействия в аспекте психолингвистики (<i>В. Ф. Петренко</i>)	18
Художественные конструкты как форма семантической организации литературного текста (<i>В. Ф. Петренко, А. А. Пронин</i>)	31
Психосемантический анализ воздействия газетной публицистики (<i>В. Ф. Петренко, Н. Н. Тепляков</i>)	34
Целеобразование в коммуникации (<i>Б. А. Ермолаев</i>)	46
Мотивация в речевом воздействии: проблемы и концепции (<i>Н. В. Уфимцева</i>)	56
Истинностные аспекты коммуникаций и проблемы совершенствования речевого сообщения (<i>В. И. Свинцов</i>)	68
Текст и национально-культурная рефлексия (<i>Ю. А. Сорокин</i>)	87

2

ОРГАНИЗАЦИЯ ОБЩЕНИЯ КАК СРЕДСТВО ОПТИМИЗАЦИИ РЕЧЕВОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ

Отношение аудитории к коммуникатору как фактор эффективности коммуникативного воздействия (<i>Н. Н. Богомолова, О. Т. Мельникова</i>)	100
Качество устного научного сообщения: факторы и опыт их исследования (<i>А. П. Василевич</i>)	113
Публичная речь как объект исследования: обзор научной литературы США (<i>А. П. Василевич</i>)	120
Коммуникативный контакт и средства его установления (<i>А. Е. Войскунский</i>)	128
Проблемы эффективности речи в перспективе неориторики (<i>Н. А. Безменова</i>)	152

3

ОРГАНИЗАЦИЯ ТЕКСТА КАК СРЕДСТВО ОПТИМИЗАЦИИ РЕЧЕВОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ

Психологическая характеристика понимания речевого сообщения (<i>И. А. Зимняя</i>)	161
Библиопсихологический аспект оптимизации функционирования художественного текста (<i>В. П. Белянин</i>)	169
Креолизованные тексты и их коммуникативная функция (<i>Ю. А. Сорокин, Е. Ф. Тарасов</i>)	180

Роль фоносемантики в речевом воздействии (О. Д. Кулешова)	186
Фонетические средства оптимизации речевого воздействия (А. А. По- тапова)	199
Экспериментальный анализ коммуникативной организации текста (Б. С. Кандинский)	210
4	
ОНТОЛОГИЯ КОММУНИКАТИВНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ И ОБУЧЕ- НИЕ РЕЧЕВОМУ ВОЗДЕЙСТВИЮ (С. А. Минеева, В. Н. Овчинников)	222

Научное издание

Петренко Виктор Федорович

Сорокин Юрий Александрович

Тарасов Евгений Федорович и др.

ОПТИМИЗАЦИЯ РЕЧЕВОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ

Утверждено к печати

Институтом языкознания АН СССР

Редактор издательства А. И. Кучинская. Художник А. Г. Кобрин.

Художественный редактор А. В. Здрилько. Технический редактор Л. В. Прохорцева.

Корректоры Ф. И. Грушковская, И. Г. Коваленко

ИБ № 46344

Сдано в набор 07.12.89. Подписано к печати 26.03.90. Формат 60×90¹/₁₆. Бумага офсет-
ная № 1. Гарнитура обыкновенная новая. Печать офсетная. Усл. печ. л. 15 Учл. кр. отт. 15,13
Уч.-изд. л. 18,2 Тираж 1000 экз. Тип. зак. 2170 Цена 3 р. 70 к.

Ордена Трудового Красного Знамени издательство «Наука».

117864 ГСП-7, Москва, В-485, Профсоюзная ул., 90

Ордена Трудового Красного Знамени Первая типография издательства «Наука».

199034, Ленинград, В-34, 9 линия, 12